

Berliner Schriften zur Medienwissenschaft

Schlachtfeld „Japanische Zeitung“

Fleischfresserinnen vs. Alte Knacker

Yukiko Sumi

Universitätsverlag der TU Berlin

Berliner Schriften zur Medienwissenschaft
Herausgeber: Jakob F. Dittmar und Friedrich Knilli
Band Nr. 19

Abbildung: © Yukiko Sumi, 2012

ISSN 1869-0041 (Druckausgabe)
ISSN 1869-005X (Online-Version)

ISBN 978-3-7983-2466-4 (Druckausgabe)
ISBN 978-3-7983-2467-1 (Online-Version)

Berlin 2012

Druck / docupoint GmbH, Druckerei und Verlag
Printing: Otto-von-Guericke-Allee 14, D-39179 Barleben

Vertrieb / Universitätsverlag der TU Berlin
Publisher: Universitätsbibliothek
Fasanenstr. 88 (im VOLKSWAGEN-Haus), D-10623 Berlin
Tel.: (030)314-76131; Fax.: (030)314-76133
E-Mail: publikationen@ub.tu-berlin.de
<http://www.univerlag.tu-berlin.de>

© Verlag der TU Berlin 2012 und die Autorin
Alle Rechte vorbehalten.

4.4.4	Arbeitssituation – Diskriminierung und sexuelle Belästigung	66
5	Umfrage und Auswertung.....	71
5.1	Befragte und Basis der Umfrage	71
5.2	Fragen	75
5.3	Auswertung.....	82
6	Diskussion und Schlussfolgerung.....	119
7	Literatur- und Quellenverzeichnis.....	129

1 Einleitung

Sōshoku-Danshi und *Nikushoku-Joshi* – das sind neue Begriffe in Japan, um junge Männer und Frauen zu beschreiben. Ursprünglich bedeutet *Sōshoku* Pflanzenfresser und *Nikushoku* Fleischfresser. *Danshi* bedeutet junger Mann, *Joshi* junge Frau. *Sōshoku-Danshi* heißt also „junger Mann, der Pflanzen frisst“, und *Nikushoku-Joshi* „junge Frau, die Fleisch frisst“.

Um es genauer zu erklären: *Sōshoku-Danshi* sind sehr ruhig und gieren nicht nach etwas, beispielsweise nach Frauen, meist haben sie keine Freundin. Sie leben in ihrer eigenen Welt, sind schlank, essen wenig, sind sehr interessiert an Umweltinitiativen und Mode, aber nicht an Kampfsport, sie kochen sehr gern, mögen Süßigkeiten, verstehen sich gut mit ihren Eltern und haben immer ihr Handy dabei. Sie möchten niemanden verletzen und auch nicht selbst verletzt werden.¹ Im Gegensatz dazu sind *Nikushoku-Joshi* sehr gierig beispielsweise in Bezug auf die Karriere oder Liebesbeziehungen. Sie wollen Erfolg bei der Arbeit, streben danach, an sich zu arbeiten, ergreifen gern die Initiative, sind sehr selbständig, ener-

¹ Vgl. "Antei Shikou no Sōshoku-Danshi – Saikin no 20-30 dai no Dansei (Beständigkeitsüchtige Sōshoku-Danshi – Männer im Alter zwischen 20-30 Jahren von heute)". Yomiuri Shimbun. 17.02.2009. (Unter: <http://www.yomiuri.co.jp/komachi/news/mixnews/20090217ok02.htm>); Vgl. „Sōshoku-Danshi Gaido“ (Unter : http://ecomania.info/herbivorous_boy/index.php#1)

gisch und tatkräftig, erobern gern Männer, die ihnen gefallen.

Neuerdings werden diese „neuen“ Männer- sowie Frauenbilder als Abbild der modernsten Japaner und Japanerinnen vorgestellt. Erstmals tauchten beide Begriffe in einem Buch² auf, das 2007 von *Maki Fukasawa* veröffentlicht wurde. Dort wird die neue Generation, vor allem die „feminisierter“ Männer, analysiert. Seitdem berichten auch Massenmedien häufig darüber, dass sich das Männer- und Frauenbild in Japan verändert.

Früher wurde die japanische Gesellschaft vom sogenannten Androzentrismus dominiert. Männer sind höher gestellt als Frauen, arbeiten und unterhalten die Familie als Oberhaupt des Haushalts. Frauen dagegen sind ihren Männern gegenüber gehorsam und bleiben als Hausfrau daheim. „Trotz der unbestreitbar untergeordneten Stellung der Frau in Bezug auf den Hausvorstand oblagen ihr als Mutter und Hausverwalterin wichtige Funktionen.“³ Der traditionelle Ausdruck *ryōsai kenbo* bezeichnet das japanische Frauenideal und bedeutet „gute Ehefrau und weise Mutter“.⁴ So das typische Bild von japanischen Männern bzw. Frauen.

² Fukasawa, Maki: *Heisei Danshi Zukan* (Das illustrierte Jungslexikon in der Heisei-Zeit). Nikkei-BP Verlag. 2007.

³ Germer (2003): S. 219.

⁴ Vgl. Germer (2003): S. 253.

Der japanische Lebensstil veränderte sich besonders nach dem zweiten Weltkrieg unter dem Einfluss der USA recht drastisch. „Die bloße Nachahmung westlicher Kleidung, Frisuren und gesellschaftlicher Sitten bewirkte jedoch nichts Bleibendes außer der Verbreitung westlicher Musik in Japan. Sie habe dennoch Einfluss auf das sich wandelnde Rollenverständnis der Geschlechter, insbesondere für die Forderung nach einer ‚Verbesserung der Frauen‘ gehabt“⁵. Der Einfluss der USA führte zu einer rasanten technischen und industriellen, jedoch nicht zu einer mentalen Weiterentwicklung. In der Gesellschaft erfolgte vorerst keine große Veränderung für Frauen.

Die Beschäftigungsrate von Frauen in Japan beispielsweise betrug im Jahr 2009 59,8 %. 1999 lag sie bei 56,7 %. Innerhalb eines Jahrzehntes stieg die Rate um gerade einmal 3,1 %. Für einen Vergleich nun die Beschäftigungsrate von Frauen im Jahr 2009 in anderen OECD-Ländern: Deutschland 65,2 %, Schweden 70,2 %, Norwegen 74,4 %, USA 63,4 %.⁶ Es gibt natürlich einige OECD-Länder, deren Beschäftigungsrate von Frauen niedriger als in Japan ist. Dennoch: Betrachtet man die Wachstumsrate, ist es vorstellbar, dass sich der Arbeitsmarkt für Frauen schwierig gestaltet.

⁵ Germer (2003): S. 253.

⁶ OECD. Directorate for Employment, Labour and Social Affairs. Key employment statistics. (Unter: http://www.oecd.org/document/53/0,3746,en_2649_34747_42788213_1_1_1_1,0.html)

Zudem gibt es in Japan immer noch nur wenige weibliche Abgeordnete, nämlich 10,6 %. Mit diesem Prozentanteil liegt Japan auf Platz 121 von 186 Ländern. Für ein Industrieland und im Vergleich zu EU-Ländern wie Schweden (45,0 %), Norwegen (39,6 %) oder Deutschland (32,8 %) ist dies sehr niedrig.⁷ Der Anteil weiblicher Staatsbeamter in Führungsposition ist höher als früher, mit 2,2 % aber immer noch sehr gering. Der Frauenanteil im juristischen Bereich erhöht sich, nämlich Richterinnen 16,5 %, Staatsanwältinnen 13,6 %, Rechtsanwältinnen 16,3 %, aber auch hier sind Frauen immer noch in der Minderheit.

Nach dem „Gender Equality Whitebook“⁸ des japanischen Innenministeriums entwickelt sich die Teilnahme von Frauen im Medienbereich allmählich weiter. Jedoch zeigt die Statistik, und dies gilt auch im Allgemeinen, dass die Medienbranche – vor allem Zeitungsredaktionen – immer noch eine Männergesellschaft ist. Hintergrund dafür ist natürlich die traditionelle japanische Mentalität, nämlich der Androzentrismus.

Die möglichen Ursachen dafür sind: Traditionell gibt es nur wenige Journalistinnen, die Zeitungen werden deswegen einseitig aus einer männlichen Sicht produziert, der Inhalt berücksichtigt kaum Frauen, das Vertrauen der Leser in Zeitungen ist allerdings groß. Man glaubt einfach,

⁷ Vgl. Innenministerium Japans. Gender Informationsseite. Weißbuch. (Unter: http://www.gender.go.jp/whitepaper/h23/zentai/pdf/h23_002-009.pdf)

⁸ Ebd.

was in der Zeitung steht, damit entsteht eine von Männern erschaffene „Medienrealität“.

Was Massenmedien zeigen, spiegelt nicht die Tatsache der realen Gesellschaft wider, und man kann nicht dadurch alles Wichtige erfahren. Was wahr und wichtig ist, kann eigentlich ohne die Frage „für wen ist es wichtig bzw. wahr?“ nicht bestimmt werden. Denn dies ist eben einfach die Realität, der die Medien Bedeutung beimessen. [...] Die Mainstream-Faktion japanischer Massenmedien, wie sie „die Realität“ strukturieren und zeigen, ist im Allgemeinen, einerseits übertriebenen stereotype Frauenbilder darzustellen, andererseits die Hauptprobleme der Frauen und Frauen selbst als Subjekt nicht sichtbar zu machen.⁹

Diese von Männern erschaffene „Medienrealität“ entsteht aus der ungewöhnlichen Struktur der Zeitung: Also, die „Oberstruktur“ der Zeitung, nämlich die Inhalte der Zeitungsseiten, werden von der „Unterstruktur“ der Zeitung, nämlich der Redaktion, bestimmt, in der beide Geschlechter ausbalanciert arbeiten. Ebenfalls existiert auch in der allgemeinen Gesellschaft noch immer eine feste Vorstellung vom Idealbild wie oben beschrieben, nämlich dass Haushalt, Kindererziehung und Pflege der Eltern des Ehemannes Aufgabe der Frau ist. Insgesamt kann man die japanische Gesellschaft also als noch männlich dominiert bezeichnen, obwohl es bei der jungen Generation etwas anders aussieht.

⁹ Gössmann (1998): S. 9-10.

Doch inwieweit wurden dann heute Journalistinnen *Ni-kushoku* und gibt es Unterschiede und Einflüsse dieser Veränderung der Geschlechterrolle auf die journalistische Berufsbranche? Wie gestaltet sich heute das Bild von „Journalistinnen vs. Journalisten“? Hat sich die Arbeitssituation von Journalistinnen im Vergleich zu früheren Zeiten überhaupt verändert? Wie sehen sie selbst ihre Arbeit?

Diese Fragen sollen in diesem Buch überlegt und diskutiert werden. Um aktuelle Ansichten und die Situation japanischer Journalistinnen in Erfahrung zu bringen, wurde eine schriftliche qualitative Befragung durchgeführt. Im zweiten Kapitel wird zunächst vorgestellt, wie sich das Problem „Gender und japanische Gesellschaft“ gestaltet, dann, wie sich die Medienkompetenz in Japan vor allem in Bezug auf die Genderproblematik entwickelt. Im dritten Kapitel wird die japanische Medienlandschaft – Medienutzung, die aktuelle Lage der Medienbranche usw. – erläutert. Danach werden Genderprobleme bei den japanischen Tageszeitungen benannt. Im vierten Kapitel werden die konkreten Antworten der japanischen Zeitungsjournalistinnen auf die einzelnen Fragen dargestellt. Zum Schluss wird diskutiert, wie die aktuelle Arbeitssituation japanischer Journalistinnen aussieht, was problematisch ist und was dagegen unternommen werden sollte.

2 Gender und Massenmedien

2.1 „Gender“ und die japanische Gesellschaft

Das Wort „Gender“ kann verschieden verstanden werden. Es gibt vielfältige Erläuterungen dafür, in der vorliegenden Arbeit ist jedoch eine eindeutige Definition erforderlich.

Geschlecht wird gleichermaßen als Konstruktion begriffen, wie es zuvor über die mediale Darstellung der Wirklichkeit gesagt wurde [...] und wird nicht länger als eindeutige, per Geburt und/oder Sozialisation zugewiesene Rolle begriffen, sondern als ein kompliziertes Setting aus Attributen, die per Geburt zugewiesen und durch Verhalten, Interaktion sowie Selbstverständnis angeeignet werden. Dadurch ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten der Selbst- und Fremdzuweisung. Die Zuweisung per Geburt und das Erleben der eigenen Identität müssen nicht zwangsläufig übereinstimmen. Geschlecht und die damit verbundenen Attribute werden als gesellschaftliche und kulturelle Konstruktion sichtbar¹⁰.

Vereinfacht gesagt: Gegen Geschlecht, das Naturwissenschaftler vorerst in zwei Kategorien unterteilen, ist „Gender“ hier mit dem Geschlecht, das sozial, gesell-

¹⁰ Lünenborg (1996): S. 366.

schaftlich, kulturell und historisch festgesetzt ist, und das nach dieser Festlegung gebildet ist, gemeint.¹¹

In Japan begann man allerdings erst vor zwei Jahrzehnten, den Begriff „Gender“ wahrzunehmen. Da die japanische Gesellschaft traditionell immer noch sehr androzentrisch ist, wurde die Bedeutung der Frauen davor kaum als wichtig betrachtet.

Das gilt auch in den Medien. Massenmedien dienen dazu, individuelle Meinungen oder Gedanken, Gefühle sowie Wünsche auszudrücken bzw. anderen mitzuteilen. Dafür gibt es verschiedene Wege, wie Reden, Schreiben, Singen, aber auch Mimik, Gesichtsausdruck, Klang der Stimme oder auch Schweigen. Diese gewinnen jedoch erst dann eine bestimmte Bedeutung, wenn sie eine bestimmte Person oder die Gesellschaft erreichen. Zu den Massenmedien gehören deshalb sowohl die direkte Kommunikation wie Performance vor dem Publikum als auch die indirekte Kommunikation wie Fotografie, Film, Bücher, Presse, Telefon, Radio, TV oder Internet.¹²

Medien sind immer „ein Mechanismus, um ein Individuum und andere bzw. ein Individuum und die Gesellschaft miteinander zu verbinden, obwohl die Zielgruppe sehr heterogen ist, etwa Kinder, Erwachsene, Ältere, Männer, Frauen, Ausländer, eine individuelle Person oder eine be-

¹¹ Vgl. Morohashi (2002), S. 13ff.

¹² Vgl. Mizuta (2005): S. 20ff.

stimmte Gruppe bzw. Verein sowie Unternehmen“.¹³ Doch solange ein Mediensystem es ermöglicht, etwas auszudrücken, entsteht eine Informationskluft zwischen Leuten, die Zugang zu Medien haben, und denen, die diesen nicht haben. „Dass diejenigen, die einen PC benutzen, und diejenigen, die ihn nicht benutzen können, diejenigen, die eine E-Mailadresse haben, und diejenigen, die keine haben, sich voneinander separieren, liegt mehr an den sozialen Faktoren wie Bildung oder soziale Schicht als an individuellen Interessen“¹⁴, v.a. in Japan.

Frauen wurden in der japanischen Gesellschaft immer als eine andere soziale Kategorie als Männer von Entwicklungen ausgeschlossen. Die Auseinanderhaltung wegen der Zugangsmöglichkeit zu Medien hängt von sozialen Faktoren wie Wirtschaftskraft ab, deswegen konnten Frauen, die von Entwicklungen und der Nutzung der Medien ausgeschlossen waren, nicht unabhängige Teilnehmerinnen bzw. Führerinnen sein, weil „ihre Kenntnisse meist nur auf das Geisteswissenschaftliche beschränkt waren und sie [...] nur über geringe Erfahrungen der Organisationsstrukturen und/oder geringes soziales Vermögen sowie geringes Humankapital“¹⁵ verfügten.

Offt entsteht ein neues Medium durch die Notwendigkeit des Ausdrucks einer Minorität und Individuen, die nicht

¹³ Mizuta (2005): S. 21.

¹⁴ Mizuta (2005): S. 22.

¹⁵ Ebd.

an den großen Medien teilhaben, wie z.B. Frauen. In Japan entwickelten Frauen immer wieder neue Kulturphänomene und Genre von Medien wie etwa *Waka*¹⁶ oder auch *Nikki*¹⁷, um sich anderen mitzuteilen. Dies war besonders in der *Heian-Zeit* (794 - ca. 1192) der Fall, in der die offizielle Schrift wie *Kanji*¹⁸ und *Kanbun*¹⁹ nur von Männern benutzt werden durfte und Frauen *Kana*²⁰ als Mittel ihrer Selbstdarstellung beim Schreiben von oben genannten *Waka* usw. benutzten. Damit schufen sie einen einzigartigen Ausdruck ihrer selbst und verschafften ihrer Subjektivität Anerkennung.

¹⁶ *Waka* ist ein Genre der japanischen Dichtkunst. Der Begriff wurde in der *Heian-Zeit* geprägt, um die in Japan entwickelte Gedichtform vom *Kanshi* zu unterscheiden, Gedichten, die in chinesischer Sprache und in chinesischen Formen der Dichtung verfasst wurden. *Waka* ist daher ein Sammelbegriff für mehrere Stilrichtungen. (Quelle: Wikipedia, Unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/Waka>)

¹⁷ In Japan begannen die Adligen in der *Heian-Zeit*, private Tagebücher (*Nikki*) zu verfassen. Dies kam in Mode und so entwickelte sich eine Tagebuchliteratur von Frauen. Die Tagebücher von Männern sind in *Kanji* geschrieben, die von Frauen jedoch in *Kana*.

¹⁸ *Kanji* ist die Bezeichnung für chinesische Schriftzeichen, wie sie in der japanischen Schrift verwendet werden. Der Name *Kanji* ist abgeleitet von der chinesischen Han-Dynastie, zu deren Zeit die chinesische Schrift vereinheitlicht und das erste Zeichenlexikon erstellt wurde. Obwohl die *Kanji* aus diesen Schriftzeichen entstanden sind, sind sie nicht völlig identisch mit denen der chinesischen Schrift, auch die Aussprache ist unterschiedlich. (Quelle: Wikipedia. Unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/Kanji>)

¹⁹ *Kanbun* bezeichnet die in chinesischen Schriftzeichen verfasste Literatur in Japan.

²⁰ *Kana* sind eine japanische Silbenschrift, neben *Kanji*, *Rōmaji* und *Katakana* eine der vier Schriften der japanischen Sprache. Jedes *Kana* steht entweder für einen Vokal oder einen Konsonanten mit folgendem Vokal. In einem typischen japanischen Satz werden die drei Schriften jeweils für verschiedene Satzglieder verwendet (Quelle: Wikipedia. Unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/Hiragana>).

Dies währte allerdings nicht allzu lange. Frauen nutzten zwar das „Schreiben“ als Ausdrucksmittel, doch allein damit wird das „Schreiben“ als Ausdruck nicht bedeutsam – das Geschriebene muss auch von anderen rezipiert werden. Zudem müssen Absichten bzw. Ansichten der Autorinnen mitgeteilt werden. Um eine Reaktion von anderen zu erhalten, sind Medien unentbehrlich. Zu dieser Zeit waren „Medien“ die Kritiker, die innerhalb des Palastes Autorität und Macht besaßen. Sie waren die Patrone, die Frauen damals die kostbaren Papiere und Pinsel zur Verfügung stellten, da sie dachten, die Bildung der Frauen habe einen hohen Wert in der Adelsgesellschaft.²¹

Allerdings endete die Zeit, in der das Schreiben von Frauen und ihre „Leistungen“, nämlich die Texte, für verkaufswert gehalten wurden, und dann übernahmen Frauen für lange Zeit nur eine passive Rolle. Über sie wurde geredet und geschrieben, doch sie selbst schrieben nicht. Aus Mangel an Bildungschancen konnten sie auch nicht als „Leser“ an den Medien teilhaben. Somit wurden die von Männern geschriebenen Frauenbilder anerkannt und reproduziert.

Bis zur neuen Zeit war der Zugang zu dem Medium „Schreiben“ in Japan ein unter besonderen Umständen erteiltes Sonderrecht nur für jene glücklichen Frauen, die überhaupt eine Ausbildung absolvieren konnten.

²¹ Vgl. Mizuta (2005): S. 23ff.

In der modernen Zeit, in der die technischen Weiterentwicklung auch Medien stark beeinflussten und veränderten, wurde Frauen jedoch klar, dass sie von den Medien „ausgeschlossen“²², diese aber für eine Erhöhung der gesellschaftliche Stellung von Frauen unentbehrlich sind. Medien beteiligen sich größtenteils an Reproduktionen von Äußerungen, die das Auftreten der Frauen in der Gesellschaft und die Gleichberechtigung zwischen beiden Geschlechtern behindern.

Die gebildeten Frauen konnten durch Schrift und Wissen den Zugang zu Geschichte, Ideologie sowie Diskursen und die Standpunkte, die die Situation der Nation, Gesellschaft und Kultur historisch bedingt und vergleichend betrachten kann, genauso wie Männer erwerben. Daher waren ihre Aktivitäten für Selbstausdruck nicht trennbar von den Aktivitäten für Gesellschaftsveränderung wie Stellungserhöhung von Frauen, Erlangung der Menschenrechte von Frauen sowie Antrieb der Gleichberechtigung von Mann und Frau.²³

Frauen in der Zeit vor der Moderne fanden allmählich einen Weg, sich durch „Schreiben“ und „Äußern“ darzustellen. Der Kampf der Frauen gegen die Medien bestand also zunächst darin, sich darum zu bemühen, an den Medien teilzuhaben, die Ursachen der Ausschließung der Frauen von den Medien zu analysieren und die von den Medien durchgesetzten Frauenbilder zu korrigieren. Dafür

²² Mizuta (2005): S. 22.

²³ Mizuta (2005): S. 26.

benötigten sie „eigene Worte“, um über Frauen zu reden und zu schreiben. Somit begannen sie, sich für eine Erhöhung ihres Stellenwertes zu engagieren.

Jedoch behinderten die Massenmedien, die für die Bewahrung der Gesellschaftssysteme arbeiten, derartige Bemühungen seitens der Frauen stets. So sah die konkrete Situation zwischen Medien und Frauen aus. Einerseits stieg die Zahl der Medien, deren Verbraucherzielgruppen Frauen sind, daraufhin erschienen immer mehr „Schreiberinnen“ und auch die Märkte werden verstärkt. Andererseits wurden die Chancen des Artikulierens oder Sich-Ausdrückens von Frauen, die die Sozialreform durchführen wollen, immer weiter begrenzt. Frauen und sozial schwache Menschen sind notwendigerweise immer vom Zentrum der Macht und der Kultur ausgeschlossen. Die Veränderung dieser Struktur sei eine große Aufgabe, um die Teilnahme der Frauen an die Medien zu realisieren.²⁴

Seit der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts sind die Medien sehr vielfältig. Vor allem durch die Entwicklung und Verbreitung des Internets haben sich die Zielgruppen der Medien verändert. Medien wurden für jeden einfacher zugänglich. Minderheiten, wie etwa Frauen, gelang es, zum Hauptbestandteil der Sender zu werden, durch Mini-Kommunikation und auch Teilnahme an Massenkommunikation. Somit wurde die Trennung von klaren Frauenbildern, wie sie von Massenmedien gern geschaffen werden, und von Massenmedien gegenüber kritischen

²⁴ Mizuta (2005): S. 27.

Frauen, von Frauen die Zugang zu digitaler Technik und kybernetischer Kommunikation haben und solchen, die keinen haben, deutlicher. Frauenstudien kritisierten immer wieder die stereotypen Frauenbilder in Medien, Fernsehserien, Fernsehbeiträgen sowie der Literatur. Besonders die Analyse der Genderstruktur und Kommerzialisierbarkeit von Organisationen sowie die Analyse der Konstruktion von Medien unterstrichen die Bedeutung der Rolle der Medien bei der Reproduktion der Genderkultur. Zudem wurde dadurch die Medienkritik in den Mittelpunkt der Kritik der Ausdruckskultur hinsichtlich der Geschlechterunterschiede gerückt.²⁵

Im 21. Jahrhundert sieht sich Japan mit dem schwerwiegenden Problem des Geburtenrückgangs und der Überalterung der Gesellschaft konfrontiert. Das wirft die Frage auf, ob und wie Gesellschaftssysteme wie Pflege oder Rente zu rekonstruieren sind. Außerdem wird wegen der hohen akademischen Bildung von Frauen die Wichtigkeit der Arbeits- und Kaufkraft der Frauen wieder erkannt. Gleichzeitig stellt sich genau dies als neues Problem, könnte doch die Berufstätigkeit von Frauen den Geburtenrückgang ja verursacht haben.

Die Belastung durch Arbeit und Kindererziehung ist für Frauen recht groß. Sie leiden heutzutage erneut darunter,

²⁵ Vgl. Mizuta (2005): S. 30.

obwohl sie sich früher selbst gewünscht hatten, beide Aufgabenbereiche zu übernehmen. Denn das tief verwurzelte Idealbild von Frauen, wie es Nolte und Hastings (1991) beschreibt, besteht für Japaner immer noch: „An ideal woman [...] would be modest, courageous, frugal, literate, hardworking and productive“.²⁶

Es wird als dringend notwendig erachtet, die gesellschaftliche Stellung und Arbeitssituation von Frauen zu verbessern sowie Gesetze zu ändern, so dass Frauen arbeiten und auch Kinder haben bzw. erziehen können. In der Realität sind Unternehmen noch immer nicht sehr aktiv an einer Lösung dieser Frage beteiligt und es bleiben noch etliche Probleme bestehen. Doch die Selbstständigkeit von Frauen ist nicht nur einseitig im Interesse bzw. Wunsch der Frauen selbst, sondern eine wichtige Forderung der Gesellschaft sowie der Nation.²⁷

1986 wurde das „Gesetz über die Chancengleichheit bei der Anstellung von Männern und Frauen“²⁸ verabschiedet, nach dem bei einem Dienstvertrag keine Ungleichheiten zwischen Männern und Frauen entstehen

²⁶ Germer (2003): S. 259.

²⁷ Mizuta (2005): S. 33.

²⁸ Vgl. „Das Gesetz über die Chancengleichheit bei der Anstellung von Männern und Frauen“. Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Wohlfahrt (Unter: http://homepage2.nifty.com/TOMZONE-S/ank_busyo_folda/masamune.htm). Vgl. „Ausführungsverordnung des Gesetz über die Chancengleichheit bei der Anstellung von Männern und Frauen“. Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Wohlfahrt. (Unter: <http://www.mhlw.go.jp/general/seido/koyou/danjokintou/dl/koyou01a.pdf>)

dürfen. Mit einer Gesetzesänderung im Jahr 1999 wurde verboten, dass Unternehmen Frauen und Männer in Bezug auf Stellenausschreibung, der Anstellung, der Aufstellung und Beförderung in der Firma, der Ausbildung, der Altersgrenze und der Kündigung unterschiedlich behandeln. Beispielsweise Stellenangebote für nur ein Geschlecht, Festlegungen unterschiedlicher Arbeitsbedingungen und die Beschreibung von Berufen, die ein Geschlecht ausschließen, was dann geändert wurde, wie etwa: Polizistin zu „weibliche Polizeiangestellte“, Stewardess zu „Flight Attendant“, Krankenschwester zu „Krankenpflegepersonal“ usw.

Auch das „Grundgesetz für gender-equal society“²⁹ trat 1999 in Kraft. Ziel ist also, eine Gesellschaft zu verwirklichen, an der sich Frauen und Männer gleichberechtigt beteiligen können. Dies beinhaltet fünf Grundprinzipien für die Realisierung von „gender-equal society“: Respektierung der Menschenrechte von Frauen und Männern, Rücksicht auf die Systeme bzw. Gewohnheiten in der Gesellschaft, gemeinsame Teilnahme an Entwurf und Entscheidung politischer Maßnahmen, Koexistenz der Aktivitäten innerhalb sowie außerhalb der Familie und internationale Zusammenarbeit. Auch die Verantwortlichkeiten sowie die Rolle von Staat, Gemeinde und Bürgern werden festgesetzt.

²⁹ Official site of gender equality bureau cabinet office. (Unter: <http://www.gender.go.jp/>)

Mit diesen beiden Gesetzen erhöhte sich die Beschäftigungsrate von Frauen, da Unternehmen nicht mehr nur ein Geschlecht rekrutieren durften. Dadurch entstehen heute aber die oben genannten Probleme wie niedrige Geburtenrate oder auch der hohe Anteil nicht verheirateter Frauen und die Überalterung der Gesellschaft.

Doch derartige Probleme werden im Allgemeinen nicht wirklich wahrgenommen. „Die für Frauen nötigen Informationen werden immer noch nicht ausreichend in Medien vermittelt und Frauen sind in ihren Möglichkeiten, Informationen zu sie betreffende Probleme und Ereignisse zu erhalten, eingeschränkt.“³⁰ Dies liegt daran, dass diese Probleme – in diesem Fall Ereignisse – von der Seite der Nachrichtensender meist von Männern aussortiert wurden.

Die Besonderheit der gesellschaftlichen Informationen von Medien ist, dass die Wirklichkeit von einer Subjektivität abgeschnitten und wiederaufgebaut wird, erst dann die Rezipienten erreicht und dieses Wiederaufgebaute dann als unsere Wirklichkeit erkannt wird. Beim Gender-Ausdruck funktioniert dies genauso: Die typischen weiblichen bzw. männlichen Bilder, die von „Medienmachern“ erschaffen werden, werden als „verständliche Informationen“³¹ akzeptiert und als „Wirklichkeit“ wahrgenommen.

³⁰ Muramatsu (1998): S. 14.

³¹ Morohashi (2002): S. 10.

nommen. So wird die Genderdisziplin der Gesellschaft strukturiert.

Um dieses Phänomen zu vermeiden, gibt es zwei Wege: Der schnellste Weg besteht darin, dass die Unterstruktur der Zeitung, die die Oberstruktur der Zeitung bestimmt, dem Thema Gender gegenüber sensibler wird. Der andere darin, bei Rezipienten eine selbständige, kritische Haltung den Medien gegenüber zu schaffen. Die Rezipienten sollten erkennen, dass die Informationen, die sie tagtäglich empfangen, einseitig wiederaufgebaut und dann als „Standard“ in der Gesellschaft dargestellt werden. Solch eine Fähigkeit wird als „Medienkompetenz“ bezeichnet und heutzutage als sehr wichtig erachtet.

2.2 Medienkompetenz und Gender

Heutzutage ist es nicht einfach, in der „medialen Gesellschaft“³² unbeeinflusst von Medien sein Selbstbewusstsein aufrechtzuerhalten. In den letzten Jahren ist das Interesse an „Medienkompetenz“ rasant gestiegen, denn es ist „dringend erforderlich, dass sich Menschen an Medien aktiv teilnehmen und die Fähigkeit, in der medialen Gesellschaft zu überleben, erwerben“³³.

In solch einer medialen Gesellschaft lebt der Großteil auf der Empfängerseite von Informationen, die über Me-

³² Suzuki (2003): S. 16.

³³ Ebd.

dien versendet werden. Allerdings ist diesen Empfängern selten bewusst, dass die Informationen „stereotyp“ sind. „Medien integrieren sich in unseren Alltag und beschäftigen sich viel mit unserer Einstellung zu Gesellschaft bzw. Bildung von Wertvorstellungen. Deshalb müssen wir jetzt zu kritischen Lesern von Medien werden und damit aufhören, einfach nur Empfänger zu sein“³⁴.

Die Beschäftigung mit Medienkompetenz in Japan stieß bis Mitte der 90er Jahre in der Gesellschaft nicht auf allgemeines Interesse. Dies änderte sich jedoch schlagartig gegen Ende der 90er Jahre in verschiedenen Bereichen wie Verwaltung, Medien, Bürgerschaft.³⁵ Heute heißt es sogar, „die Medienkompetenz [wurde] zu einem Gesellschaftsphänomen“³⁶.

„Die heutige Gesellschaft und Kultur sind untrennbar von Medien“³⁷ und Medien hängen auch eng mit der Bildung von Gender zusammen. Aber „der Seite der Medien fehlt solch ein Verantwortungsbewusstsein“³⁸. Darüber hinaus gelten in Japan traditionell das Patriarchat und eine damit verbundene Einstellung zu Gender.³⁹ Auch bezüglich Gender in Japan nimmt das Interesse daran seit Mitte der 90er Jahre zu. Bis dahin versuchten Frauen bereit

³⁴ Suzuki (2003): S. 17.

³⁵ Vgl. Suzuki (2001): S. 5 – 9.

³⁶ Nihon Hoso Rodo Kumiai (2000): S. 6.

³⁷ Suzuki (2003): S. 17.

³⁸ Ebd.

³⁹ Vgl. Suzuki (2005): S. 64.

mit verschiedenen Aktivitäten, Gender-Stereotype oder Sexismus zu kritisieren, doch Inhalte oder Aufbau sowie das System der japanischen Medien änderten sich nicht. Aus solchen Erfahrungen haben japanische Frauen heute gelernt, nicht auf eine Veränderung der Medien warten, sondern sich selbst als Audience zu verändern. Sie sind überzeugt, dass Medien durch „empowerment“ zu ändern sind. Tatsächlich ist die Zahl der Frauen, die in Medien arbeiten, in Japan sehr niedrig. Die Überwiegende Mehrheit der Frauen steht außerhalb der Medien und nutzt diese tagtäglich als Rezipient. In diesem Sinne stellen sie eine notwendige Existenz für die Medien dar.⁴⁰

Die konkreten Begriffe der Medienkompetenz erklärt Suzuki⁴¹ wie folgt:

1. Medien sind immer konstruiert
2. Medien bauen die „Wirklichkeit“ auf
3. Die Audience interpretiert die Medien und misst ihr Bedeutung bei
4. Medien stehen in enger Beziehung mit der Wirtschaft
5. Medien vermitteln Ideologien und Wertvorstellungen
6. Medien haben eine soziale und politische Bedeutung
7. Medien haben einen eigenen Stil, eine eigene Kunst und eigene Bestimmungen

⁴⁰ Vgl. Suzuki (2001): S. 10.

⁴¹ Vgl. Hata (1998): S. 319-321, Morohashi (2002): S. 21-22, Suzuki (2001): S. 102-104, Suzuki (2003): S. 23-25.

8. Medien kritisch abzulesen dient dazu, die Kreativität zu steigern und in verschiedener Art Kommunikation zu schaffen

Diese Begriffe werden dann von *Morohashi* im Genderbereich umformuliert⁴²:

1. Frauen in Medien werden durch verschiedene Techniken der Medien konstruiert
2. Für Rezipienten sind die in Medien konstruierten Frauen „wirkliche“ Frauen
3. Zuschauer und Leser interpretieren die Bedeutung von in Medien dargestellten Frauen empfänglich, kompromissbereit und unkritisch
4. Medien handeln und gewinnen Einflussnahme, indem sie Frauen in der Werbung bzw. ihren Produkten darstellen
5. Medien verbreiten eine Ideologie über Frauen wie z.B. Mütterlichkeit, sexuelle Existenz, Schönheit, Damenhaftigkeit oder Jugendlichkeit
6. Die von Medien erschaffenen Frauenbilder bilden die kulturelle Grundlage und zwischenmenschlichen Beziehungen, daraus entwickeln sich politische Maßnahmen
7. Es gibt eine Einzigartigkeit, wie Medien Frauen darstellen

⁴² Morohashi (2005): S. 136.

8. Es ist nötig, ein neues Genderbild, das nicht mit der Geschlechtskategorie zusammenhängt, zu schaffen und nicht erzwungene, alltägliche Genderzusammenhänge zu bilden.

Die Gender-Problematiken, wie etwa Sexismus und die Darstellung von Gender-Stereotypen, befassen sich auch mit der allgemeinen Diskriminierung und Menschenrechten.⁴³ Daher ist es in der gegenwärtigen Zeit notwendig, dass jeder die oben genannten Begriffe versteht und somit die Inhalte der Medien nicht einfach „empfängt“, sondern interpretiert und nachdenkt.

In Kanada oder England wird die Erziehung der Medienkompetenz schon seit langem in den Schulen praktiziert⁴⁴, doch in einem „Entwicklungsland“ in diesem Bereich wie Japan ist das wichtigste Ziel in erster Linie, dass Medienkompetenz erworben wird. Neuerdings gibt es dafür in Japan mehr Möglichkeiten für Erwachsene als früher, z.B. im Rahmen von Workshops. Auch in den Schulen wurde Haushaltsunterricht sowohl für Mädchen als auch für Jungen eingeführt, so dass die Kinder „gender free“ lernen. Aber die Spezifika der japanischen Sprache, nämlich dass Frauen und Männer verschiedene Redeweisen, Vokabeln oder Ausdrücke verwenden, macht es nicht leicht, die in den Medien „versteckten stereotypisierten Gender-

⁴³ Vgl. Hata (1998): S. 334, Suzuki (2001) : S. 11-12.

⁴⁴ Vgl. Tomishige (1998): S. 314.

informationen“⁴⁵ bewusst wahrzunehmen. In solch einer Gesellschaft haben Erwachsene oder Lehrer die Verantwortung, den Kindern beizubringen, sich nicht von Medien benutzen zu lassen, sondern Medien selbst zu nutzen. Dafür müssen zunächst die Erwachsenen diese Kenntnisse und Fähigkeit, nämlich Medienkompetenz, besitzen.

⁴⁵ Morohashi (2002): S. 46.

3 Fragestellung, Zielsetzung und Forschungsmethode

Die japanische Gesellschaft weist wie erwähnt einige besondere Merkmale auf. Auch wenn junge Männer *sōshoku* und feminisiert sind, gibt es noch viele ältere Männer mit veralteten Ansichten über Frauen, die glauben, damit im Recht zu sein.

Zeitungsredaktionen in Japan gelten und betrachten sich oft als „Männergesellschaft“ – wegen der sehr langen und unregelmäßigen Arbeitszeiten und der physisch harten Arbeit. Doch gibt es hier auch weibliche Arbeitskräfte – Journalistinnen.

Wie in der Einleitung erwähnt, liegt der Fokus der vorliegenden Arbeit auf der aktuellen Arbeitssituation japanischer Journalistinnen, die vor allem bei Tageszeitungen arbeiten. Es gibt einige Bücher, die über japanische Zeitungsjournalistinnen berichten, doch nicht viele. Das zeigt – das Interesse am Thema „Gender im Journalismus“ ist in Japan leider nicht besonders groß. In den folgenden Kapiteln wird erläutert, was im journalistischen Berufsfeld – spezifisch Zeitungen – in Japan bisher für problematisch erachtet wurde, daraufhin werden aktuelle Ansichten japanischer Journalistinnen vorgestellt.

Um deren Ansichten zu erfahren, erfolgte eine qualitative Umfrage schriftlich per E-Mail. Die Fragen basieren auf

einer alten Umfrage, die vor etwa zehn Jahren mit japanischen Zeitungsjournalistinnen durchgeführt wurde. Die Umfrage beinhaltet 20 Fragen, auf die die Journalistinnen recht konkret in ihren eigenen Worten antworten. Durch die Umfrage wurde versucht, herauszufinden, was problematisch für diese Frauen ist, womit sie zufrieden bzw. unzufrieden sind, was sie gerne verändern würden, wie sie überhaupt arbeiten, inwieweit sie mit ihren männlichen Kollegen, Vorgesetzten oder auch Interviewten zurechtkommen und ähnliches.

4 Japanische Medien

4.1 Medienlandschaft in Japan

„Das Land der aufgehenden Sonne ist als starke Wirtschaftsmacht berühmt, und dass es auch eine große Mediennation ist, kann man sich leicht vorstellen. Dass Japan aber auch eine der führenden, nach absoluten Zeitungsauflagenanzahlen sogar die führende ‚Zeitungsnation‘ weltweit ist, ist weniger bekannt.“⁴⁶ Den Medienmarkt teilen sich Zeitungen, Verlagswesen, Hörfunk und Fernsehen. Diese sogenannten „vier MasseninFORMATIONsträger“ stehen seit den 90er Jahren im Mittelpunkt der Informationsvermittlung.⁴⁷

„Im japanischen Alltagsleben sind die Medien allgegenwärtig. Ihr dominierender Einfluss auf die öffentliche Meinung, das nationale und gesellschaftliche Bewusstsein, das Konsum- und Freizeitverhalten rechtfertigt die Kennzeichnung Japans als Medien- und Informationsgesellschaft.“⁴⁸ Diese Tendenz gilt noch immer, jedoch hat sich mit der Diversifikation der verschiedensten INFORMATIONsträger die Bedeutung der jeweiligen Medien verändert.

⁴⁶ Hohenadl (2004): S. 4.

⁴⁷ Vgl. Aufstieg und Fall von vier Massenmedien. (Unter: <http://research.google.ne.jp/database/data/000624/>)

⁴⁸ Hohenadl (2004): S. 60.

Zunächst eine kleine Einführung zum japanischen Medienmarkt:

Fernsehen

Ein repräsentatives Massenmedium in Japan ist das Fernsehen. Durch seine Charakteristika wie Schnelligkeit der Nachrichtenvermittlung via Bilder fixierte es seine Ära im 20. Jahrhundert.

1953 begann die Geschichte der Fernsehübertragung in Japan.⁴⁹ Es gibt sieben nationale Sender. Jeder Sender besitzt auch lokale Stationen. Die Verbreitungsrate des Farbfernsehers beträgt im Jahr 2010 99,6%⁵⁰. Demnach besitzt fast jeder Haushalt ein Fernsehgerät.

Das weit verbreitete terrestrische Fernsehen wird am 24. Juli 2011 komplett abgeschaltet und danach zum terrestrischen digitalen System umgeschaltet, die Digitalisierung des Kabelfernsehens besteht bereits. Dadurch existiert ein weiteres Problem in dieser Branche, denn die Verbreitung der Satellitenausstrahlung beeinflusst auch die Rundfunkanstalten. Die Zahl der Vertragspartner der Satellitenfernsehsender steigt immer weiter, was bedeutet, dass auch die Konkurrenz zwischen terrestrischen und Satellitensendern steigt und der Synergieeffekt beider Seiten damit sinken könnte. Selbstverständlich darf man auch die Be-

⁴⁹ Fujitake (2005): S. 75.

⁵⁰ Innenministerium Japans. Untersuchung über Konsumklima. (Unter: <http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/2011/1103honbun.pdf>)

einflussung durch die Verbreitung des Internets nicht vergessen. Dies wird im nächsten Kapitel aufgegriffen.

Hörfunk

Die erste Radiosendung in Japan startete 1925. Es gibt den öffentlich-rechtlichen Sender *NHK* und kommerziellen Rundfunk, der das gesamte Rundfunksystem dominiert.⁵¹ Die Nutzungsrate des Radios pro Tag ist relativ stabil, ca. 20 % seit 1965, als die Radiohörerschaft wegen der Verbreitung des Fernsehens zurückging. Betrachtet man jedoch den Wandel der Altersgruppen der Zuhörer, wird deutlich, dass seit 30 Jahren weniger junge Menschen Radio hören. Im Gegensatz dazu hören mehr Ältere, also Menschen über 50 Jahre, Hörfunk. Früher war Radio also ein wichtiges Medium für junge Leute, um Musik zu hören, heutzutage ist es dagegen ein wichtiges Informationsmedium für ältere Leute.⁵²

Verlagswesen (Zeitschriften, Bücher)

Die aktuelle Zahl der japanischen Verlage liegt bei 3.979.⁵³ Im Jahr 2010 gab es 74.714⁵⁴ Neuerscheinungen. Die gesamte Publikationsanzahl der Bücher bleibt stabil, während die Gesamtanzahl der publizierten Zeitschriften

⁵¹ Hohenadl (2004): S. 63.

⁵² Vgl. Fujitake (2005): S. 130-131.

⁵³ Stand: 2010. Vgl. : Das Zentrum für die Verkaufsförderung von Autoren Japans. (Unter: <http://www.lbook.co.jp/003727.html>)

⁵⁴ Ebd.

seit 1997 mit jedem Jahr leicht zurückgeht. Als größte Ursache dafür wird die Einführung des E-Books angesehen.⁵⁵

Die Publikationsbranche wird nach Papierformat und elektronischem Format kategorisiert. Das Papierformat wird außerdem in zwei Branchen, nämlich Bücher und Zeitschriften, unterteilt. Wie weltweit bekannt ist, gilt die Comicbranche als ein wichtiger Wirtschaftsbereich in Japan und besetzt etwa 34 % des Publikationsmarktes⁵⁶. Darin liegt die größte Charakteristik der japanischen Publikationskultur.

Zeitungen

In Japan werden viele verschiedene Zeitungen publiziert. Inhaltlich werden sie zunächst in drei Branchen kategorisiert. Die erste Branche sind „Allgemeinzeitungen“. Sie berichten weitgehend über unterschiedliche Themen wie Politik, Wirtschaft, Soziales, Sport und Kultur. Die zweite sind „Sportzeitungen“, die grundsätzlich fast nur über Sport schreiben. Die letzte Kategorie sind „Fachzeitungen“, wie z.B. Handelsblätter, die Nachrichten aus den speziellen Informationsbereichen veröffentlichen. Außerdem gibt es noch „free paper“. Die Fachzeitungen sind sehr unterschiedlich, manche erscheinen täglich, manche wöchentlich.

⁵⁵Vgl. Statistisches Handbuch Japans 2010. Statistikamt, Japan: http://www.stat.go.jp/english/data/handbook/pdf/f16_5.pdf (Zugriffsdatum: 12.06.2011)

⁵⁶ Fujitake (2005): S. 151.

Die „Allgemeinzeitungen“ entsprechen den Qualitätszeitungen in Deutschland. Sie werden je nach Erscheinungsort oder –typ ausführlicher kategorisiert.⁵⁷ Zum einen gibt es überregionale Zeitungen, die in ganz Japan verkauft werden, zum anderen Regionalzeitungen, die nur in einer bestimmten Region erscheinen. Die regionalen Zeitungen unterteilen sich in „Blockzeitungen“, „Präfekturzeitungen“ und „Lokalzeitungen“. Die Blockzeitungen erscheinen in mehreren Präfekturen, die Präfekturzeitungen dagegen nur in einer Präfektur. Die Lokalzeitungen werden in noch kleinerem Raum herausgegeben, wie etwa in einer Stadt oder auch einem Stadtteil.

Auch der Ausgabemodus verdeutlicht die Unterschiede innerhalb der Überregionalzeitungen. Es gibt drei Erscheinungsarten, nämlich Morgenausgabe, Abendausgabe und ein Set von beidem. Die meisten herausgegebenen Ausgabenstile sind das Set von Morgen- und Abendausgabe, dann folgt die Morgenausgabe.

Zu den Überregionalzeitungen in Japan werden nach Auflagenzahl gehend die folgenden fünf Blätter gezählt: *Yomiuri Shimbun*, *Asahi Shimbun*, *Mainichi Shimbun*, *Nihon Keizai Shimbun* und *Sankei Shimbun*. *Yomiuri Shimbun* gilt mit einer Auflage von 10.020.584⁵⁸ als die größte Zeitung

⁵⁷ Fujitake (2005): S. 29.

⁵⁸ Vgl.: *Yomiuri Shimbun* official site. (Unter: <http://adv.yomiuri.co.jp/yomiuri/busu/busu01.html>)

weltweit.⁵⁹ Die gesamte Auflagenzahl dieser fünf Überregionalzeitungen macht mehr als 50 % der gesamten Auflagenzahl der in Japan herausgegebenen Zeitungen aus. Sie haben eine hohe Verbreitungsrate vor allem in den großen Städten wie Tokio oder Osaka, in kleineren Städten führen dagegen eher die „Blockzeitungen“ sowie „Lokalzeitungen“ den Markt.⁶⁰ Dafür gibt es einen historischen Grund.

Die Geschichte der Zeitung in Japan begann in der *Meiji-Zeit* (1868-1912) mit den Parteizeitungen, in denen Politiker bzw. Parteien ihre politischen Erörterungen veröffentlichten. Mit der Unterdrückung von Seiten der Regierung durchliefen Zeitungen verschiedene Epochen und veränderten sich zum heutigen Stil, dessen Mittelpunkt Nachrichtenmeldungen sind.⁶¹ Im Vergleich zur westlichen Welt gab es in Japan viele Beschränkungen der Pressefreiheit, die Regierung bevorzugte politisch angepasste Meinungsäußerungen.

1869 wurde die Veröffentlichungsverordnung der Zeitungen von der Regierung festgesetzt und danach mehrmals geändert. Es bestand ein Lizenzvergabesystem und eine Nachzensur. Damals gab es große Zeitungen, deren Fokus auf Politik lag, Lesestoffe für die normale Bürgerschaft und kleine Zeitungen, die grundsätzlich über alltäg-

⁵⁹ Fujitake (2005) : S. 31, NSK (<http://www.pressnet.co.jp>)

⁶⁰ Vgl. Fujitake (2005): S. 30-35.

⁶¹ Vgl. Yomiuri Shimbun Forschungszentrum (2002): S. 248.

liche Ereignisse berichten. Die heutigen Überregionalzeitungen wie *Yomiuri* oder *Asahi* begannen zunächst als derartige kleine Zeitungen.⁶² Nach dem sogenannten „Mukden-Zwischenfall“⁶³ im Jahr 1931 wurde in Japan Militarismus verstärkt und die Fusionierung von Zeitungen gefördert. Vor allem ordnete die Regierung an, dass nur eine Zeitung pro Präfektur herausgegeben werden durfte. Denn je weniger Zeitungen es gibt, desto einfacher ist eine Informationskontrolle wie Zensur. Auf die Seinsart der heutigen Zeitungen hatte dieses frühere Militarismussystem einen großen Einfluss.

Was außerdem auf dem japanischen Zeitungsmarkt besonders auffällt, ist die extrem hohe Abonnementrate. 2010 beträgt diese 94,86 % aller Zeitungsexemplare, 5,14 % wurden einzeln verkauft.⁶⁴

Abgesehen davon wird auch Sportzeitungen in Japan eine große Bedeutung beigemessen. Im Prinzip berichten sie über sportliche Ereignisse, Unterhaltung, Freizeit und auch Wetten wie Pferderennen, Radrennen sowie Motorbootrennen. Es besteht in den letzten Jahren die Tendenz, auch Naturkatastrophen, große Unfälle oder auch schreckliche Gewaltverbrechen in sensationeller Art und

⁶² Vgl. Yomiuri Shimbun Forschungszentrum (2002): S. 248.

⁶³ Der Mukden-Zwischenfall war ein Sprengstoffanschlag japanischer Offiziere am 18. September 1931 in der Mandschurei. Er gilt als Auftakt der Mandschurei-Krise zwischen Japan und China. (Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Mukden-Zwischenfall>)

⁶⁴ NSK (Unter: <http://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation03.html>)

Weise darzustellen. Daher ändert sich neuerdings ihre Charakteristik eher in Richtung synthetischer Massenblätter hin.⁶⁵ Genau wie bei den „Allgemeinzeitungen“ gibt es auch überregionale Sportzeitungen. Die folgenden sechs Sportzeitungen werden überregional herausgegeben: *Nikkansports*, *Sports Nippon*, *Hōchi Shimbun*, *Sankei Sports*, *Daily Sports* und *Chūnichi / Tokyo Chūnichi Sports*. Im Vergleich zu Allgemeinzeitungen haben Sportzeitungen eine höhere Einzelverkaufsrate, durchschnittlich 15-30 %⁶⁶, ihre Gesamtauflage beträgt etwa 10 % der gesamten Auflagen aller Tageszeitungen.

4.2 Veränderung in den letzten Jahrzehnten

Seit etwa 20 Jahren verändert sich die Medienlage in Japan rasant und drastisch. Vor allem durch die Verbreitung des Internets sowie die Diversifizierung der persönlichen Kommunikation via Handy. Dies führte einerseits zu einer Zunahme von Informationsquellen und Informationsmenge, andererseits entsteht dadurch auch ein neues Problem.

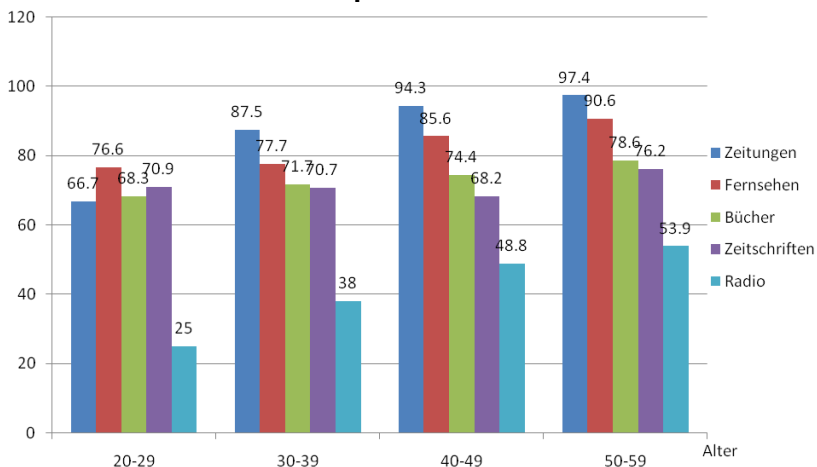
Das Internetsurfen per Handy ermöglicht eine ständige Kommunikation. Egal wo man ist, man kann jederzeit Internetseiten aufrufen, Informationen erhalten und andere via E-Mail oder Chat kontaktieren. Das bedeutet aller-

⁶⁵ Fujitake (2005): S. 35.

⁶⁶ Fujitake (2005): S. 36.

dings nicht, dass man die Zeit für die Mediennutzung anders als früher einteilt, sondern dass die verschiedensten Informationsquellen von einzelnen Personen ausgewählt werden.⁶⁷ Einige Studien stellen bereits fest, dass die junge Generation relativ abhängig vom Internet ist. Somit werden deutlich weniger Fernsehsendungen als früher gesehen und auch Zeitungen werden von jungen Menschen nicht mehr gelesen. Der neueste Trend geht sogar dahin, dass viele Vertreter der jungen Generation weder ein Fernsehgerät besitzen noch eine Zeitung lesen. Dies beeinflusst auch Mediennutzung und Nutzungsverhalten.

Abbildung 1: Mediennutzung nach Geschlecht und Alter in Japan in Prozent

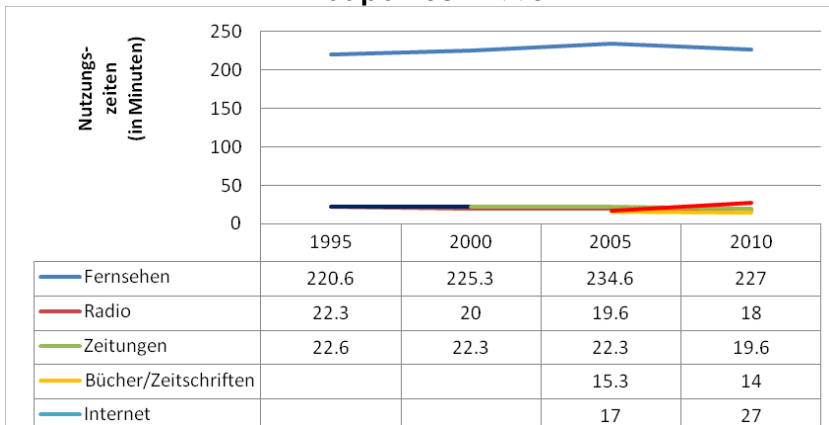


(Quelle: Hakuhodo Media Partners; Untersuchung der Mediennutzung in Japan 2011)

⁶⁷ Vgl. Miyagi (2010): S.36.

Nach einer Umfrage, die 2011 durchgeführt wurde⁶⁸, sinkt die Nutzungsdauer von allen oben genannten vier Masseninformatoren stetig, während Internet und Handy immer öfter genutzt werden. Wie Abbildung 1 (Mediennutzung nach Geschlecht und Alter in Japan in Prozent) zeigt, ist die Nutzung von Zeitungen und Radio vor allem bei jüngeren Menschen deutlich geringer als bei älteren. Immer mehr junge Leute sehen weder fern noch lesen sie Zeitung, es gibt sogar junge Menschen, die gar kein Fernsehgerät besitzen und auch keine Zeitung kaufen.

Abbildung 2: Veränderung der Mediennutzungsdauer in Japan seit 1995



(Quelle: Innenministerium Japans. Untersuchung über Konsumklima)

⁶⁸ Hakuhodo Media Partners: Untersuchung der Mediennutzung in Japan 2011.
(Unter: <http://www.hakuhodod-media.co.jp/newsrelease/2011/HDYnews110615.pdf>)

Seit langem wird die Informationsverteilung von Zeitungen im Internet und die Integration von TV und Internet diskutiert, aber „es ist nicht zu erwarten, dass die Leute für die Contents aus dem Web bezahlen, wenn ihnen bewusst ist, dass die Informationen im Internet kostenlos sind“⁶⁹.

Darunter leiden die klassischen Massenmedien. Auf der Abbildung 2 (Veränderung der Mediennutzung in Japan seit 1995) ist bereits zu erkennen, dass die Nutzungszeiten der klassischen Informationsträger sinken, während das Internet deutlich öfter genutzt wird. Das bisher meist benutzte Medium Fernsehen bildet hier keine Ausnahme.

Tabelle 1: Veränderung der Werbekosten seit 2005 (100 Mio.)					
	2005	2006	2007	2008	2009
Zeitungen	10,377	9,986	9,462	8,276	6,739
Zeitschriften	4,842	4,777	4,585	4,078	3,034
Radio	1,778	1,744	1,671	1,549	1,370
Fernsehen	20,411	20,161	19,981	19,092	17,139
Internet	3,777	4,826	6,003	6,983	7,069

Quelle: Dentsu Corporate Kommunikationsabteilung. Pressemitteilung am 22.02.2010, Asahi Shimbun. 23.02.2011

Im Herbst 2008 erlitt NTV erstmals seit 37 Jahren und TV-Tokyo erstmals seit 33 Jahren Verluste. Die Situation besserte sich nicht und TV-Asahi schloss das Jahr 2009

⁶⁹ Miyagi (2010): S.37.

erstmal seit Sendereröffnung mit roten Zahlen in Höhe von 1.700 Mio. Yen ab.⁷⁰ Dies führte zu einer Reduktion der Produktionskosten, wodurch ein Qualitätsverlust der Senderprogramme gefürchtet wird, was dann wiederum auch wieder niedrigeren Einschaltquoten nach sich ziehen könnte. Dieser Teufelskreis existiert bereits seit einigen Jahren.

Auch die Senkung von Werbekosten beweist die schlechte Lage der Fernsehsender. Die Tabelle 1 (Veränderung der Werbekosten seit 2005)⁷¹ verdeutlicht, dass sich die Werbekosten mit jedem Jahr reduzieren. Das gilt nicht nur für Fernsehsender, sondern für alle klassische Medien. Die Werbekosten im TV-Bereich sind im Vergleich zu anderen Medien höher, trotzdem sinken sie seit 2005 Jahr umd Jahr, im Gegensatz dazu steigen die Werbekosten im Internet rasant. Bei Zeitungen und Zeitschriften gibt es einen klaren Rückgang. Die Firmen stellen den Fokus für ihre Werbungen von klassischen Medien auf Internet um.

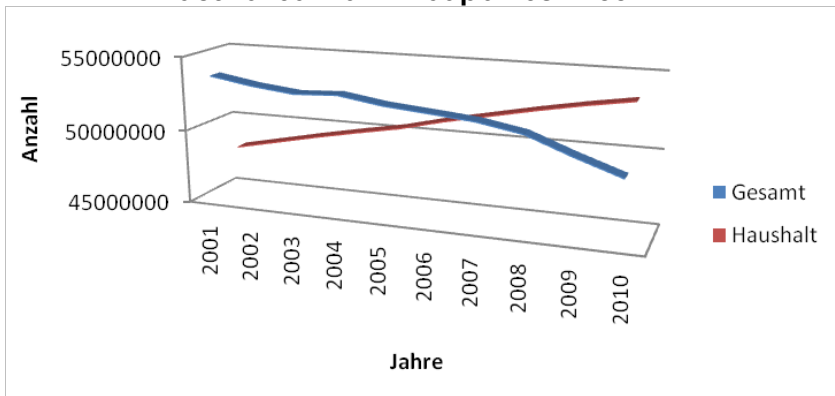
Die Zeitungen geraten außerdem mit dem Sinken ihrer Auflagenanzahl seit einigen Jahren in Schwierigkeiten. Die Krise der Zeitungen ist seit einigen Jahren zu beobachten.

⁷⁰ Sasaki (2009): S. 144.

⁷¹ Dentsu Co. Kommunikationsabteilung. Pressemeldung am 22.02.2010. (Unter: <http://www.dentsu.co.jp/news/release/2010/pdf/2010020-0222.pdf>)
Asahi Shimbun. 23.02.2011. (Unter: <http://www.asahi.com/business/update/0223/TKY201102230491.html>)

Schon seit 2001 geht die Auflagenanzahl stetig zurück, 2010 beträgt die Auflagenanzahl pro Haushalt schließlich weniger als 1,0.⁷² In anderen Ländern herrscht das Image „Zeitungsland Japan“ immer noch vor, doch dies entspricht nicht mehr der Realität und alle Zeitungen bemühen sich, ihre Leser zu halten.

Abbildung 3: Veränderung der Auflagen- und Haushaltsanzahl in Japan seit 2001



(Quelle: NSK)

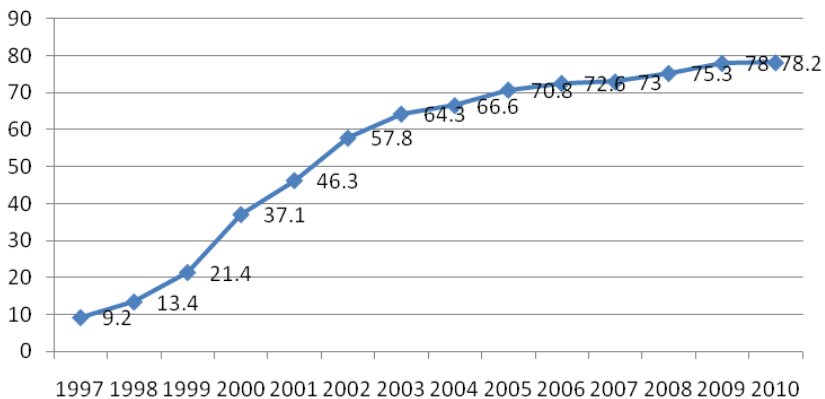
Eine Gegenmaßnahme ist eine eigene Webseite, die jedoch auch zum „Selbstmord“ für die Zeitung werden könnte. Nach dem neuesten Stand einer Umfrage⁷³, die von NSK (*Nihon Shimbun Kyokai*, pressnet) 2010 durchgeführt wurde, haben alle 87 befragten Zeitungen sowie Nachrichtenagenturen ihre eigene Homepage. Außerdem bietet die Hälfte davon auch

⁷² NSK (pressnet).

⁷³ Ebd.

Bewegbilderservice sowie Lieferservice von Nachrichten für externe Dienstleistungen wie Anbieter der Webseiten für Handy oder Suchmaschinen wie *Yahoo!Japan*. Die Zeitungen konkurrieren mit dem Internet, versuchen aber gleichzeitig, gemeinsam mit ihm zu florieren.

Abbildung 4: Verbreitungsgrad des Internets in Japan seit 1997



(Quelle: Innenministerium Japans. Untersuchung zum Konsumklima)

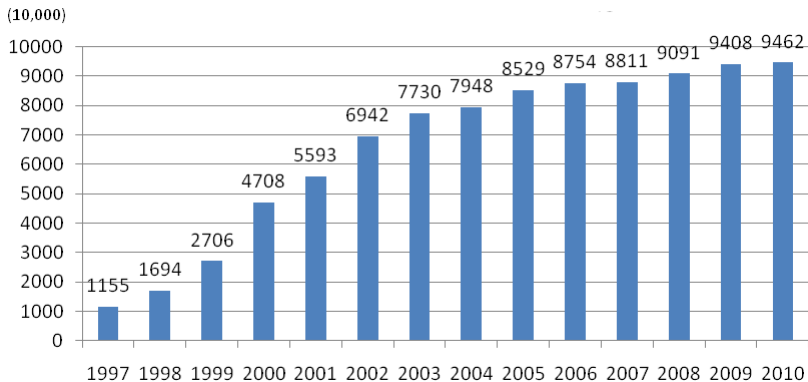
„Der Internetservice in Japan begann 1993. Die Provider begannen mit dem Betreiben und damit startete sowohl die private als auch die kommerzielle Nutzung des Internets.“⁷⁴ Nach einer Untersuchung des Ministeriums für öffentliche Verwaltung gab es Ende 2010 94.620.000 Internetnutzer in Japan.⁷⁵ Der Verbreitungsgrad je Einwohner beträgt somit 87,2 % und sogar an die 90 % je

⁷⁴ Fujitake (2005): S. 258.

⁷⁵ Anzahl der Internetnutzer, die entweder mindestens ein Medium von PC, Mobilgerät oder Spielkonsole benutzen, und älter als sechs Jahre alt sind.

Haushalt. Hintergrund der rasanten Verbreitung des Internets ist die Handynutzung.

Abbildung 5: Nutzeranzahl des Internets in Japan seit 1997



(Quelle: Innenministerium Japans. Untersuchung zum Konsumklima)

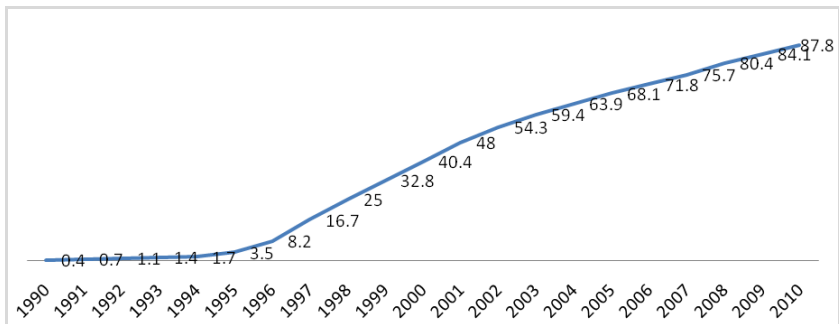
Das Netsurfen mit dem Handy ermöglichte, jederzeit und überall auf das Internet zuzugreifen. Man sieht in Japan überall auf den Straßen sowie in öffentlichen Verkehrsmitteln Menschen, die mit ihrem Handy beschäftigt sind. Es gibt kaum jemanden, der nicht auf ein Handydisplay schaut. Der Verbreitungsgrad von Handys ist ein Beweis hierfür.⁷⁶ Die Abbildung 6 (Verbreitungsgrad von Handys in Japan in Prozent) zeigt, wie viel Prozent der japanischen Bevölkerung ein Handy besitzen. In diesen Daten ist nur der Prozentanteil des Besitzes von einem Handy gerechnet, die Anzahl des Besitzes eines PHS und

⁷⁶ Innenministerium Japans. Untersuchung zum Konsumklima. (Unter: <http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/2011/1103honbun.pdf>)

Automobilfans ist darin nicht enthalten. Betrachtet man all diese „Mobilfunkgeräte“, ist die Anzahl also noch höher.

Auf jeden Fall ist das Internet sowohl über Rechner als auch über Handys national verbreitet und wird genutzt.

Abbildung 6: Verbreitungsgrad von Handys in Japan in Prozent seit 1990



(Quelle: Innenministerium Japans. Untersuchung zum Konsumklima)

Die größte Veränderung der Mediennutzung besteht also darin, dass man – vor allem die junge Generation – nicht mehr passiv Informationen aus Massenmedien empfängt, sondern dass man sich auf bestimmte Informationen, die dem eigenen Interesse entsprechen, fokussiert und diese aktiv aufnimmt. Ohne neue Medien wäre dies nicht möglich gewesen. Daher wird klar, dass die Mediennutzung der Japaner durch die Verbreitung des Internets deutlich verändert wurde.

Die klassischen Medien sind nun zu harter Konkurrenz gezwungen, allerdings herrschte auch schon zwischen Printmedien und Rundfunkmedien Konkurrenz, dennoch

wurde keiner von beiden ruiniert. Eher entstand ein Synergieeffekt. Das Gleiche könnte auch zwischen klassischen Informationsträgern und neuen Medien entstehen.

4.3 Darstellung der Frau

Bisher wurden die Tageszeitungen oft dafür kritisiert, dass sie Frauen nicht ausreichend berücksichtigen. Es gebe Ungleichheiten in der Häufigkeit einer Thematisierung darin, wie sie behandelt werden, in der Darstellungsart sowie Bewertungsgrundlage zwischen Männern und Frauen.⁷⁷

Seit den 80er bis 90er Jahren berichteten viele der Fernsehsendungen oder Zeitschriften nur selten über die Genderprobleme, so dass dies fast als Totschweigen bzw. Ignorieren bezeichnet werden kann. Im Gegensatz dazu wurde in den Zeitungen in den 80er Jahren das Gleichbehandlungsgesetz oder 1995 die UN-Weltfrauenkonferenz in Peking vergleichsweise aktiv diskutiert. Dennoch verschwanden solche Berichterstattungen nach dem Jahr 2000.⁷⁸

Über Frauen wird insgesamt also immer noch seltener berichtet, und wenn sie überhaupt in einem Zeitungsartikel vorkommen, dann meist im Ressort „Familie“. Im Zusammenhang mit Unfällen, Ereignissen oder Skandalen wird über Frauen auch auf der Seite „Gesellschaft“ berichtet.

⁷⁷ Vgl. Yomiuri Shimbun Forschungszentrum (2002): S. 139 .

⁷⁸ Takenobu (2005): S. 201.

In „Politik“ und „Wirtschaft“, die für die Gesellschaft wichtigen Ressorts, tauchen sie kaum auf. „Auch wenn Frauen in der Gesellschaft sowohl als Opfer als auch als Täter vorkommen, werden sie im Vergleich zu Männern sensationeller behandelt.“⁷⁹

Die größten Auffälligkeiten ist die Verwendung der Sprache in den Überschriften oder Artikeln. Der am häufigsten diskutierte Konflikt in Zeitungen ist der Beschreibungsunterschied zwischen den Geschlechtern. Im Gegensatz zu Männern, die meist wegen ihrer Meinungsäußerung oder sozialen Funktion in den Medien als Akteure (Politiker, Unternehmer, Forscher usw.) auftreten, werden Frauen fast immer in Bezug auf ihre familiäre Stellung wie „Mutter / Ehefrau von xxx“ dargestellt.⁸⁰ Dies könnte von den in Japan traditionell stillschweigenden Regeln und der japanischen Sprache herrühren, welche Ausdrücke hinsichtlich Frauen und Männern deutlich voneinander unterscheidet. *Tanaka* und *Morohashi* teilen die Ausdrücke hinsichtlich Frauen in drei Hauptkategorien.⁸¹ Die Ausdrücke, die ihre Existenz als Frau gezielt hervorheben, die, welche die Existenz und Rolle der Frau verdecken, und Doppelstandardisierungsausdrücke, die Frauen mit anderen Standardausdrücken als Männer beschreiben.

⁷⁹ Tanaka/Morohashi (1998): S. 11.

⁸⁰ Vgl. Yomiuri-Shimbun Forschungszentrum (Hrsg.): Lesebuch für das Praxis des Journalismus. Tokio 2002, 1. Auflage. S.141.

⁸¹ Vgl. Tanaka/Morohashi (1998): S. 13-22, 38-78.

Hervorhebung der Existenz als Frau

Die Hervorhebung des Geschlechts kann noch weiter unterkategorisiert werden. Zu Ersten durch Hinzufügen einer Geschlechtsbeschreibung, wie etwa der „weibliche“ Autor (*Joryū-Sakka*), der „weibliche“ Verkäufer (*Jo-Tenin*) oder der „weibliche“ Oberschüler (*Joshikōsei*), um zu betonen, dass der Akteur eine Frau ist. Hierbei ist zu erwähnen, dass eine Berufsbezeichnung im Japanischen eigentlich kein Geschlecht bezeichnet. Im Deutschen heißt es „Polizist“ und „Polizistin“, im Japanischen dagegen werden alle Angestellten der Polizei „Polizist“ genannt, egal ob Frauen oder Männer. Daher gilt es schon als Diskriminierung, wenn man auf Japanisch absichtlich „weiblicher Polizist“ sagt.

Allerdings dürfen Ausdrücke dieser Art seit einigen Jahren nicht mehr verwendet werden. Im 1997 veröffentlichten „Journalistenhandbuch“ (8. Auflage) tauchten erstmals Richtlinien zu sexistischen Ausdrücken auf. Der Begriff *Joryū* beispielsweise darf nur in Verbindung mit einem Eigennamen verwendet werden, der Begriff *xxx* (Eigennamen)-*Joshi* darf nicht mehr verwendet, stattdessen *xxx*(Eigennamen)-*San*, *Joketsu*, *Jojōfu*, *Onna datara ni* oder *Onna no tatakai* sind auch zu vermeiden.⁸²

Außerdem wird in dem Handbuch gesagt, dass Ausdrücke zur Hervorhebung der Existenz als Frau „möglichst“

⁸² Kyodo Nachrichten Agentur. Journalistenhandbuch (1997): S. 84.

nicht verwendet werden sollten und dass Journalistinnen und Journalisten „versuchen“ sollten, in ein und derselben Situation die gleiche Anrede für beide Geschlechter zu verwenden.⁸³

Beispiele für japanische Begriffe, ihre Bedeutungen und die Maßnahmen

Jap. Begriff	Bedeutung	Maßnahme
Joryū	Immer mit einer Berufsbezeichnung verwendet und vor dieser gesetzt. Bedeutet "xxx (Beruf) + in" bzw. "Frauenxxx (Beruf)"	Möglichst keine Verwendung mehr
xxx(Eigenname)-Joshi	Immer mit einer Person (Frau) als Suffix hinter Namen verwendet. Höflich-respektvolle Bez. für eine Frau, betont jedoch das Geschlecht	Umsetzung in "xxx (Eigennamen) + san"
Joketsu, Jojōfu	Etwa "Amazone", "Mannweib" oder "Heldenweib".	Möglichst keine Verwendung mehr
Onna datera ni	Bedeutet "obwohl sie eine Frau ist"	Möglichst keine Verwendung mehr
Onna no tatakai	Bedeutet "der Kampf von Frauen" oder "der Kampf unter Frauen". Wird meist benutzt für eine sportliche bzw. politische Konkurrenz zwischen Frauen.	Möglichst keine Verwendung mehr

(Quelle: Morohashi/Tanaka (1998))

⁸³ Kyodo Nachrichten Agentur. Journalistenhandbuch (1997): S. 84.

Im Gliederungspunkt „Diskriminierender bzw. missfälliger Begriff“ steht der folgende Satz: Die Medienbeschäftigten tragen die große und wichtige Verantwortung, sich darum zu bemühen, Diskriminierung zu bekämpfen und die grundlegenden Menschenrechte zu schützen⁸⁴. Aber es gibt nirgendwo eine konkrete Beschreibung der Richtlinien zu Diskriminierung.

Eine zweite Unterkategorie ist die gezielte Verwendung bestimmter Begriffe, die die Rolle oder den Beruf von lediglich Frauen beschreiben, wie *OL* (office lady) oder *Shufu* (Hausfrau), womit die Rolle der Frau hervorgehoben wird. In der japanischen Sprache gibt es viele Begriffe für öffentliche Berufe, die darauf hinweisen, dass die bezeichnete Person eine Frau ist, etwa *Kangofu* (Krankenschwester) oder *Hobo* (Kindergärtnerin).

Andererseits gibt es auch Bezeichnungen im privaten Bereich, die die Rolle der Frau hervorheben, wie *Okusan* (bedeutet Ehefrau, wird aber als Anrede benutzt) oder *Yome* (Schwiegertochter).

Eine andere Unterkategorie sind auf Stereotype basierende Begriffe, die sich auf Aussehen, Verhalten, Charakter oder psychisch besondere Eigenschaften von Frauen beziehen. Zu dieser Kategorie gehören Wörter bzw. Ausdrücke, die über eine Erwähnung zu Aussehen oder Mode die Weiblichkeit, in Bezug auf Kinder die Mütterlichkeit

⁸⁴ Kyodo Nachrichten Agentur. Journalistenhandbuch (1997): S. 82.

oder welche, die die sexuelle Existenz betonen. Beispielsweise „Weibliche/Feminine Nachsicht“, ein Beispiel hierfür: „Zu Hause war sie immer eine gute Mutter“. Hier erkennt man die feste Vorstellung, dass Frauen weiblich, mütterlich oder sexuelle Objekte sein sollten.

Verdecken / Ignorieren der Frau

Im Gegensatz zur ersten Kategorie werden Frauen hierbei entweder ignoriert oder verdeckt. Das ist eine nicht gleichberechtigte Behandlung von Frauen und Männer. Beispielsweise wird immer der komplette Name des Vaters bzw. Mannes als des Familienvorstands verwendet, während der Name der Mutter bzw. Frau entweder gar nicht genannt oder bezüglich der Beziehung zum Ehemann verwendet wird: Z.B. „Die Tochter des Angestellten, Herrn xxx“. In diesem Satz bleibt die Existenz der Mutter ungewiss. „Die fünf Familienmitglieder von Herrn xxx“, hier wird nur der Haushaltsvorstand erwähnt.

Doppelstandardisierung

Die dritte Art der Frauenbeschreibung in Zeitungen ist die „Doppelstandardisierung“, mit der die Akteure nach den unterschiedlichen Normen zwischen beiden Geschlechtern beschrieben werden. Auch wenn Frauen genauso erfolgreich wie Männer in der gleichen gesellschaftlichen Position stehen, werden häufig nur Frauen nach ihrer häuslichen Betätigung oder der Erziehung der Kinder gefragt. Ein typisches Beispiel dafür liegt vor, wenn eine

Frau etwas Herausragendes geleistet hat und daraufhin nicht diese Leistung selbst dargestellt wird, sondern das Aussehen der Betreffenden oder ihr Modestil, die familiäre Rolle oder auch ihr Privatleben mehr als nötig erwähnt wird. „Die Doppelstandardisierung beinhaltet die ungeschriebene Norm, dass Frauen immer „Frau“ oder „Mutter“ sind und daher „stylish“ und „schön“ zu sein haben. Dadurch wird die Professionalität von Frauen vermindert dargestellt“.⁸⁵

Eine andere Form der Doppelstandardisierung liegt darin, bei der Anrede Männer gegen Frauen abzugrenzen. Häufig wird in Zeitungen bei Frauen der Vorname benutzt. Die Tischtennispielerin *Ai Fukuhara* wird immer *Ai-chan*⁸⁶, die Judo-Kämpferin *Ryoko Tani* mit ihrem Spitznamen *Yawara-chan* genannt, während Sportler mit ihrem Nachnamen genannt werden. Doch auch wenn bei Frauen der Nachname benutzt wird, wird eine andere Anrede als bei Männern verwendet. Für Männer ist *xxx-shi* Standard, für Frauen *xxx-san*. Das kann an den Spezifika der japanischen Sprache liegen, doch auf jeden Fall existiert eine Differenzierung zwischen Männern und Frauen, die zu einer Diskriminierung führen könnte. Denn „diese Ausdrucks-

⁸⁵ Morohashi/Tanaka (1998): S. 45.

⁸⁶ *xxx-chan* bedeutet „xxx-chen“ auf Deutsch und wird nur für kleine Kinder und junge Frauen benutzt.

art zeige, dass Frauen als unselbständiges Eigentum von Männern behandelt werden“⁸⁷.

Bei Ereignissen von Frauen werden oft viele persönliche Faktoren, die eigentlich mit den Ereignissen an sich kaum etwas zu tun haben, berichtet. Z.B. „Ihr Zimmer ist sehr staubig.“, „Sie kocht nicht, meist gibt es ein Fertiggericht“, „Sie kümmert sich nicht um den Haushalt“, „das Kind eines anderen Mannes (nicht vom Ehemann)“ usw. Diese Probleme werden in der Medienforschung oft diskutiert. Einer der Hauptgründe solcher „stereotypen“ Ausdrücke ist das traditionelle altmodische Redaktionssystem, in dessen Mittelpunkt sich Männer mittleren Alters festsetzen.⁸⁸

Japanische Zeitungsredaktionen funktionieren immer noch unter der Herrschaft älterer Männer, die der Organisation treu sind, aber nicht das nötige Feingefühl besitzen. Sie vertreten immer noch die Gleichung „Frau = Hausfrau“. „Journalisten brauchen wegen der langen und unregelmäßigen Arbeitszeiten eine Frau, die als Hausfrau immer zu Hause bleibt und alle häuslichen Angelegenheiten übernimmt[...]“⁸⁹ Aus diesem Grund können sie ihre inkorrekten Vorstellungen von Frauen nicht ändern. Zeitungsartikel werden in der Realität aus der Sicht und anhand der Vorstellung dieser Männer, dass Frauen treu und sexuelle Objekte sein sollten, geschrieben. Derartige Be-

⁸⁷ Morohashi/Tanaka (1998): S. 46.

⁸⁸ Ebd.

⁸⁹ Mizuta(2005): S. 32.

kräftigungen gegen die Geschlechterrollenaufteilung verstärken das Frauenbild in der Gesellschaft.

4.4 Frauen in Zeitungsredaktionen

4.4.1 Redaktionssystem und Herrschaft von „Ojisan“

Seit 2008 führt das *Japan Press Research Institute* einmal jährlich eine Meinungsumfrage zum Thema Medien durch. Das Ergebnis zeigt, dass Zeitungen als recht vertrauenswürdige Medium gelten.⁹⁰ Was in der Zeitung steht, glauben ihre Leser meist, dem vertrauen sie. Sie denken normalerweise, dass die Zeitungsredaktionen „sehr liberal“ seien und „mit der Diskriminierung von Frauen nichts zu tun haben“⁹¹. Der Gehalt der Journalistinnen ist tatsächlich der gleiche wie der von Journalisten, auch wenn die Anzahl der Journalistinnen noch immer fast nur ein Zehntel der gesamten Redaktion ausmacht, im Vergleich zu der Zeit vor dem Gleichbehandlungsgesetz ist sie deutlich angestiegen. Dennoch erscheinen kaum Artikel über Frauen auf den wichtigsten Seiten wie die erste Seite, Politik, Wirtschaft oder Gesellschaft. „Die Hauptursache dafür sei das Redaktionssystem, in dem die sogenannten Firmenmen-

⁹⁰ Vgl. Japan Press Research Institute official site: (Unter: <http://www.chosakai.gr.jp/notification/index.html>)

⁹¹ Wataya (1998): S. 212.

schen – nämlich ältere Männer – die ganze Macht besitzen“⁹².

**Tabelle 3: Anzahl der Journalist/Innen
in japanischen Zeitungen**

Jahr	Gesamt	Journalisten	Journalistinnen
2001	54,565	18,479	2,200
2002	54,015	18,467	2,384
2003	53,488	18,853	2,458
2004	51,863	18,529	2,450
2005	49,523	17,879	2,436
2006	49,668	18,131	2,642
2007	48,069	16,493	2,631
2008	48,331	17,985	3,108
2009	47,599	17,974	3,129
2010	46,433	17,226	3,180

(Quelle: NSK)

Japanische Zeitungsfirmen haben ein anderes System als deutsche Zeitungsredaktionen. Dies soll am Beispiel von *Asahi Shimbun* erläutert werden⁹³.

Eine Zeitung besteht aus vier großen Hauptabteilungen: die Abteilung für Zeitungsherstellung, wie Redaktion und Druckstätte, die Geschäfts- bzw. Verkaufsabteilung, die Verwaltungsabteilung, wie Personalabteilung und Buchhaltung, und schließlich die Abteilung für Sonstiges, wie

⁹² Wataya (1998): S. 212.

⁹³ Vgl. Fujitake (2005): S. 53 – 62, *Asahi Shimbun* official site: www.asahi.com

die Abteilung für Publikation, Planung sowie elektronische Medien.

Die Redaktion ist je nach den Ressorts und Aufgaben noch detaillierter unterteilt, für jedes Ressort gibt es ein „Team“. Die Ressorts sind: Projektberichterstattung, Politik, Gesellschaft, Auslandsnachrichten, Lokalberichterstattung, Kultur, Leben, Sport, wissenschaftliche medizinische Abhandlungen. Zu einem Team gehören mehrere Journalisten, geleitet wird es von dem „Ressortleiter“. Die Themen der Artikel werden also nicht beliebig von einzelnen Journalistinnen bzw. Journalisten gewählt. Jedes „Teammitglied“ hat seine eigene Zuständigkeit für die Themen und arbeitet gemäß den Anweisungen seines Ressortleiters. Daher fällt es den Journalistinnen und Journalisten sehr schwer, einmal frei zu nehmen: Sie haben Angst, möglicherweise einen Scoop zu verpassen. Aus diesem Grund gilt die journalistische Arbeit als sehr harte Tätigkeit und als „Männerjob“.

Wegen der langen Arbeitszeiten und der physisch anstrengenden Tätigkeit gibt es in Japan nur wenige Frauen in Medienberufen. Vor allem in Zeitungsredaktionen ist dies deutlich zu beobachten. Denn hier besetzen meist ältere Männer die Führungspositionen, und sie zeichnen sich durch drei Merkmale aus:

Sie vertreten das Vorurteil, dass Männer arbeiten und Frauen sich in der Regel von Männern unterhalten lassen sollten. Sie sind auch sehr gehorsam in Be-

zug auf Befehle seitens ihrer Vorgesetzten wie längere Arbeitszeiten oder Versetzung, denn sie fürchten, bei Nichtgehorsam von der Firma gemobbt zu werden. Dafür, so meinen sie, müssen ihre Ehefrauen geopfert werden. Es ist außerdem nicht zu vermeiden, den Ansichten von Hausfrauen gegenüber sehr sensibel zu sein, da diese Männer im häuslichen Kreis komplett abhängig von ihren Frauen sind.⁹⁴

Solche Männer werden von jungen Frauen *Ojisan* genannt. Ursprünglich bedeutet das Wort „Onkel“, wird aber auch benutzt, um sich über Männer lustig zu machen, nämlich auszudrücken, dass sie nicht mehr jung sind. „Du bist schon *Ojisan*!“ bedeutet ungefähr, „Du bist schon alt und nicht mehr fit!“. Bei Zeitungsredaktionen bezeichnet *Ojisan* „einen Mann, dessen Lebensmittelpunkt die Firma ist“. Zeitungsredaktionen sind Organisationen mit *Ojisan* in der Mehrheit und werden von deren Geschmack, Stärken und Schwächen beeinflusst“⁹⁵.

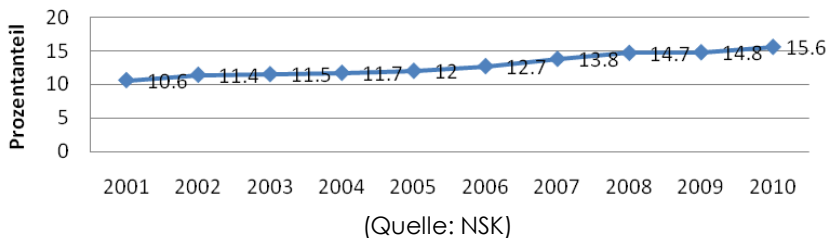
Dieses Phänomen wird zum einen von dem geringen Frauenanteil in der Redaktion verursacht, zum anderen vom System der Aufnahmeprüfung. Während die Anzahl der gesamten Angestellten bei Zeitungen wegen der schlechten wirtschaftlichen Lage stetig zurückgeht, steigt die Anzahl von Journalistinnen vor allem seit dem Gesetz zur Gleichberechtigung von Männern und Frauen von 1999 (*Basic Act for Gender-Equal Society*). Früher konnte

⁹⁴ Wataya (1998): S. 217.

⁹⁵ Wataya (1998): S. 218.

man sich damit herausreden, dass „Frauen nicht für die journalistische Arbeit geeignet sind, da ihnen Früh- und Nachtschichten nach der Schutzvorschrift des Arbeitsstandardgesetzes nicht erlaubt sind“⁹⁶.

Abbildung 7: Frauenanteil in japanischen Zeitungen in Prozent seit 2001



Doch mit dem *Gesetz zur Chancengleichheit bei der Anstellung von Männern und Frauen* aus dem Jahr 1986 wurde diese Beschränkung nichtig. Danach begannen die Zeitungen, jedes Jahr regelmäßig Frauen einzustellen. Der Journalistinnenanteil, der 1989 nur 6,9 % betrug, erhöhte sich auf 10,2 % im Jahr 1999. Seitdem liegt der Anteil von Journalistinnen über 10 % (s. Abbildung 7: Frauenanteil in japanischen Zeitungen in Prozent seit 2001).⁹⁷

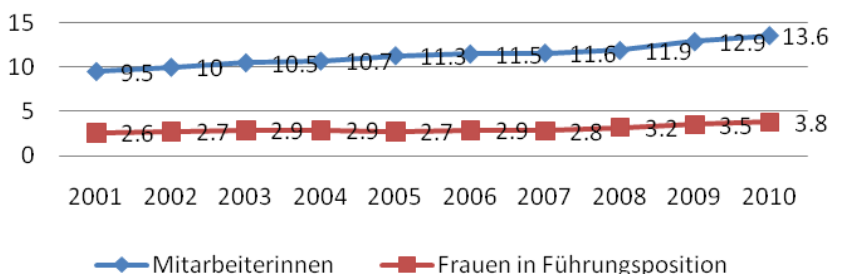
Dennoch ist der Anteil insgesamt immer noch sehr gering, vor allem im Vergleich zu westlichen Ländern. Im aktuellsten Stand aus dem Jahr 2010 (s. Abbildung 7) beträgt der Journalistinnenanteil in Japan 15,6 %, und es gibt

⁹⁶ Vgl. Yomiuri Shimbun Forschungszentrum (2002): S. 144, NSK.

⁹⁷ Takenobu (2005): S. 204.

nur wenige Frauen in Führungsposition. Diese Tatsache beeinflusst sowohl die Zeitungsseiten selbst als auch die Arbeitssituation von Journalistinnen sowie die Anstellung neuer Mitarbeiter. Leider liegen keine Daten zur Anzahl der Frauen in Führungsposition bei Zeitungen vor, diese Zahl wird von Zeitungen nicht bekanntgegeben. Jedoch werden hier die entsprechenden Daten bei dem öffentlich-rechtlichen Fernsehsender *NHK* zumindest als Referenz angeführt.⁹⁸

Abbildung 8: Frauenanteil bei NHK in Prozent seit 2001



(Quelle: Innenministerium Japans. Gender Informationsseite. Weißbuch)

Der Prozentanteil der gesamten Mitarbeiterinnen bei Zeitungen ist etwas niedriger, aber ähnlich. Daher könnten diese Zahlen als kleiner Hinweis und zu Referenzzwecken dienen. Bei *NHK* liegt der Anteil der Frauen in Führungsposition im Jahr 2010 bei nur 3,8 %. Vor 10 Jahren lag er bei 2,6 %, also lediglich eine Zunahme von 1,2 % in zehn Jah-

⁹⁸ Innenministerium Japans. Gender Informationsseite. Weißes Buch. (Unter: http://www.gender.go.jp/whitepaper/h23/zentai/pdf/h23_002-009.pdf)

ren – eine winzige Steigerung (s. Abbildung 8: Frauenanteil bei *NHK* in Prozent seit 2001).

Eine geringe Anzahl von Frauen in einer Redaktion führt dazu, dass die Ansichten bzw. Prinzipien von Frauen nicht widergespiegelt werden. Dies hat auch großen Einfluss auf die Anstellung bzw. Aufnahmeprüfung.

Möchte man nach dem Universitätsabschluss in Japan eine Festanstellung bekommen, muss man die Aufnahmeprüfung der gewünschten Firma bestehen. Es gibt verschiedene Arte von Aufnahmeprüfungen, grundsätzlich bestehen sie aber alle aus mehreren schriftlichen Prüfungen und mehrmaligen Vorstellungsgesprächen. Meist findet die Prüfung für Neugraduierten einmal bzw. zweimal pro Jahr statt, dies kommt auf die aktuelle wirtschaftliche Situation an, daher muss sie nicht unbedingt jedes Jahr stattfinden. Dies ist bei Zeitungen nicht anders, allerdings ist hier die Konkurrenz sehr groß.

Bei den großen Allgemeinzeitungen ist die Erfolgsquote der Kandidaten sehr niedrig, z. B. lag sie 2010 bei der *Asahi Shimbun* bei etwa 1/150. Es gibt zwar auch die Möglichkeit einer Anstellung im Laufe des Jahres für diejenigen, die ihren Job wechseln möchten, doch Aufnahmeprüfungen dafür werden nicht regelmäßig angeboten. Besteht man die Aufnahmeprüfung, beginnt man mit der Arbeit und erlernt erst dann die journalistische Tätigkeit.

In vielen Ländern werden Studenten aufgenommen, die z.B. Publizistik, Journalismus, Kommunikation sowie Medienwissenschaft studiert haben.⁹⁹ Studierende aus diesen Fachbereichen sind in den meisten Ländern größtenteils weiblich; besonders in einigen Ländern Europas, Nordamerikas und Südamerikas sind mehr als die Hälfte der Studierenden in journalistischen Studiengängen Frauen. Inklusive Deutschland erreicht der Frauenanteil meist 50 %.¹⁰⁰

Japan bildet diesbezüglich weltweit eine Ausnahme, da man hier die Angestellten aufnimmt, ohne deren fachliche Ausbildung zu berücksichtigen. Egal was man an der Universität studiert hat, man kann die Aufnahmeprüfung der gewünschten Firmen in jedem beliebigen Berufsfeld absolvieren. Dies und die Tatsache, dass prinzipiell das System der Anstellung auf Lebenszeit durchgeführt wird und es daher weniger Möglichkeiten für eine Einstellung im Laufe des Jahres gibt, verhindern eine schnelle Zunahme der Journalistinnenanzahl.¹⁰¹

Die Prüfer bei einer Aufnahmeprüfung sind die Angestellten in Führungspositionen der Firma, d.h., die *Ojisan* prüfen die Kandidaten und entscheiden, wer aufgenommen wird, wenn es nur wenig Kapazitäten für Führungspositionen für Frauen. Zusätzlich besteht die Tendenz, dass

⁹⁹ Vgl. Muramatsu (1998): S. 32.

¹⁰⁰ Gallagher (1995): S. 6.

¹⁰¹ Vgl. Muramatsu (1998): S. 32.

„innerhalb dieser geringen Kapazität nur die Frauen, die sich gut in die Organisation eingliedern können und bei den *Ojisan* kein unangenehmes Gefühl verursachen“¹⁰². Es gibt auch Journalistinnen, die deutlich sagen, dass es keine Diskriminierung gäbe, wenn sie unter denselben Bedingungen einen Kampf ausfechten würden. „Solche Frauen werden aber ab einem bestimmten Alter von Beförderungen (Avancement), Rangerhöhungen sowie Mitbeteiligung von der Beschlussfassung ausgeschlossen. Die von *Ojisan* benötigten Frauen sind nämlich diejenigen, die die Herrschaft von *Ojisan* nicht bedrohen. Sie dürfen sich maximal bis zum mittleren Management einbringen, das Zentrum der Beschlussfassung muss allerdings für den *Ojisan* freigehalten werden“¹⁰³. Es gibt noch andere denkbare Ursachen für den geringen Frauenanteil, nämlich die Arbeitszeiten und der Arbeitsstil bei journalistischen Tätigkeiten. Denn:

In Japan herrscht immer noch eine starke Einstellung zur Arbeitsteilung nach den Geschlechterrollen. Daher finden männliche Medienbeteiligte diese Arbeitsteilung nicht unnatürlich, sie haben keinen Grund für eine Beseitigung der Arbeitsteilung. [...] So erfanden japanische Medienorganisationen das übliche System von der Arbeitsteilung nach den Geschlechterrollen, die lange Arbeitszeiten bei Männern voraussetzt.“ In vielen Ländern konnte die Frauenbewegung dadurch angefacht werden, dass die in den Medien

¹⁰² Wataya (1998): S. 220.

¹⁰³ Wataya (1998): S. 221.

tätigen Frauen über ihr Medium das Wort ergriffen. Gleichzeitig bemühte man sich um eine Steigerung der Journalistinnenanzahl. In Japan war das leider nicht möglich und diese Tatsache führte zu der aktuellen starken Verbindung von Arbeitsteilung nach den Geschlechterrollen in der Gesellschaft sowie im journalistischen Berufsfeld¹⁰⁴.

Die gewöhnlich langen Arbeitszeiten, sehr viele Jahresarbeits-tage – das sind sehr harte Arbeitsbedingungen, doch tritt eine Frau einmal in eine Redaktion ein, wird ihr der gleiche Arbeitsstil wie von Männern abverlangt. Doch im Privatleben übernehmen Journalistinnen die Rolle der „Frau“. Sie tragen viel mehr Verantwortung und erfüllen mehr Aufgaben für die eigene Familie als Männer. Es kommt auch vor, dass Journalistinnen notgedrungen kündigen müssen, da von ihnen verlangt wird, ebenso hart und lang wie Männer zu arbeiten. Damit umgehen Firmen eher auf passive bzw. konservative Art, mehr Frauen aufzunehmen.¹⁰⁵

4.4.2 Zusammenhang zwischen Ressorts und Gender

Die Tageszeitungen gelten als ein Medium, das unparteiisch, neutral, objektiv und gemeinschaftlich ist.¹⁰⁶ Jedoch werden die Ressorts der Zeitungsartikel schon nach „Genderkriterium“ aufgeteilt. Die „weichen“ Seiten wie

¹⁰⁴ Muramatsu (1998): S. 31.

¹⁰⁵ Vgl. Muramatsu (1998): S. 31.

¹⁰⁶ Vgl. Takenobu (2005): S. 200.

Gesellschaft, Familie und Kultur sowie die „harten“ Seiten wie Politik oder Wirtschaft.¹⁰⁷ Themen über Frauen oder Kinder werden als „weiche“ Berichterstattung behandelt und immer auf die „weiche“ Familienseite gestellt, obwohl eigentlich auch Politik oder Wirtschaft für Frauen existiert. Die Probleme von Frauen werden nicht als politische bzw. wirtschaftliche Angelegenheiten anerkannt, sondern als „Problem von Frauen“ kategorisiert.

Die Hauptursache dafür ist das Arbeitssystem japanischen Zeitungsredaktionen. Wie bereits erwähnt, bringen japanische Zeitungen eine Morgen- und eine Abendausgabe heraus. Die Artikel von beiden Ausgaben werden von denselben Journalistinnen und Journalisten geschrieben, weil sie nicht nach zeitlicher Schicht arbeiten, sondern nach der jeweiligen Zuständigkeit. Vor allem die für „harte“ Seiten Zuständigen sind zu langen Arbeitszeiten gezwungen. Von dem frühen Morgen an recherchieren sie und sammeln Material für die Abendausgabe, schreiben dann die Artikel und haben mittags erst einmal Redaktionsschluss. Von Nachmittag bis Mitternacht sind sie im Einsatz für die Morgenausgabe. Dies führte zu der Tendenz, dass Frauen nicht aufgenommen werden und Journalistinnen eher den Ressorts zugewiesen werden, die keine längeren Arbeitszeiten erfordern.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Vgl. Takenobu (2005): S. 201.

¹⁰⁸ Vgl. Takenobu (2005): S. 202.

Die meisten Journalistinnen arbeiten nicht in Führungspositionen, sondern schreiben Artikel, sind aber „traditionell meistens zuständig für Kultur, Familien oder Feuilleton. In Ressorts wie Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gibt es nur wenige Journalistinnen. Erst seit etwa zehn Jahren werden Frauen in verschiedenen Ressorts aufgestellt, dennoch ist dies nicht ausreichend“¹⁰⁹. Manche Journalistinnen denken tatsächlich, dass die Ressorts von „weichen“ Seiten die einzige Möglichkeit ist, zu einer festen Zeit Feierabend zu machen und sich um die eigene Familie zu kümmern.

4.4.3 Gatekeeping von männlichen Chefredakteuren

Auch wenn Artikel über Frauen geschrieben werden, folgt dann noch eine letzte Hürde, bis sie in der Zeitung veröffentlicht werden können, nämlich das „Gatekeeping“ durch männliche Vorgesetzte bzw. Ressortleiter, die *Ojisan*.

„Die *Ojisan* möchten aber nicht etwas in ihrer Zeitung veröffentlichen, wofür sie selbst kein Verständnis aufbringen, wie Themen über Frauen. Sie wollen nicht unbedingt versuchen, zu verstehen, was sie nicht verstehen. Sie sind auch nicht der Meinung, dass sie solche Themen ihren Lesern verständlicher machen müssen, indem sie diejeni-

¹⁰⁹ Muramatsu (1998): S. 26.

gen darüber schreiben lassen, die sich gut darin auskennen.“¹¹⁰ Somit verschwinden die Artikel zu Politik, Wirtschaft oder Menschenrechte, die mit Frauen zu tun haben.

Auch an der Layoutabteilung wird Kritik geübt. Diese Abteilung, in der die Artikel bewertet werden, soll eigentlich verhindern, dass Frauen diskriminierende Artikel veröffentlicht werden. In der Realität passiert jedoch sogar das Gegenteil und es kommt vor, dass die Überschriften, die Vorurteile über Frauen verstärken würden, kritisiert werden. Das liegt daran, dass auch in dieser Abteilung die *Ojisan* in der Mehrheit sind, deshalb werden die Artikel aus ihrer Sicht beurteilt und auch die Überschriften werden nach deren Einstellung zu bzw. Verurteilung von Frauen geschaffen. Die *Ojisan* arbeiten nur innerhalb der Zeitungsredaktion und haben kaum Gelegenheit, zu Leuten außerhalb der Redaktion in Kontakt zu treten, aus diesem Grund werden sie unsensibel gegenüber Veränderungen in der Gesellschaft sowie dem Bewusstsein und der Rolle von Frauen.¹¹¹

Dieses „Ausschließen“ von Artikeln über Frauenprobleme durch ältere Männer in Führungspositionen wie Ressortleiter nimmt einen bestimmten Verlauf:

Zuerst erfolgt durch einen *Ojisan* in Führungspositionen der „verborgene Befehl“, solche Artikel schlecht zu behandeln, durch hartnäckige Kritik

¹¹⁰ Wataya (1998): S. 222.

¹¹¹ Vgl. Wataya (1998): S. 224.

daran, mehrmalige Verweigerung der Veröffentlichung solcher Artikel, mehrmalige Ablehnung, solche Inhalte zu planen, sowie Zurückfallen des Avancements von zuständigen Journalistinnen und Journalisten. Wer sich dem widersetzt, wird als „dogmatischer Feminist“ beschimpft bzw. als unharmonische Person bezeichnet und gemobbt. Eigentlich setzt eine Diskriminierung von Artikeln über Frauenprobleme bei der persönlichen Einstellung bzw. den Vorurteilen bei den jeweiligen männlichen Vorgesetzten ein, trotzdem wandelt sie sich in gewisser Weise schließlich zu einer systematischen Diskriminierung.¹¹²

Es soll sogar Journalistinnen bzw. Journalisten geben, denen gegenüber ihre Vorgesetzten angedeutet haben, sie könnten ihre Karriere nicht weiter verfolgen, wenn sie sich weiter mit diesen Themen beschäftigen.¹¹³

4.4.4 Arbeitssituation – Diskriminierung und sexuelle Belästigung

Wie schon erwähnt, ist es ein harter Weg, bis Artikel über Frauenprobleme von männlichen Vorgesetzten angenommen und auf einer Zeitungsseite veröffentlicht werden. An dieser Stelle erfolgt also auch eine Diskriminierung von Frauen. Artikel über Frauenprobleme, die von Journalisten geschrieben werden, werden als „faire, objektive“ Berichterstattung angesehen. Im Gegensatz dazu

¹¹² Wataya (1998): S. 224-225.

¹¹³ Vgl. Takenobu (2005): S. 206.

gelten die von Journalistinnen geschriebenen Artikel über solche Themen häufig als „vetternwirtschaftliche Propaganda“¹¹⁴. Diese Sichtweise erwächst aus einer diskriminierenden Einstellung gegenüber Frauen sowohl innerhalb als auch außerhalb von Redaktionen.

Kimura führt in ihrem Aufsatz einige Episoden an: Wenn eine Journalistin irgendeinen Scoop landet, sagen andere Journalisten: „Na ja, eine Frau zu sein ist eben von großem Vorteil. (Deswegen konnte sie an den Scoop kommen)“¹¹⁵. Darin zeigen sich eigentlich nur Neid und die Unfähigkeit, zu akzeptieren, von einer Frau ausgestochen worden zu sein. Andererseits sagen manche Politiker deutlich: „Ich werde Frauen (Journalistinnen) nicht die Wahrheit verraten, weil sie Frauen sind.“¹¹⁶

In demselben Aufsatz führt die Autorin auch Sätze an, die sie selbst sowie ihre sich Kolleginnen von Journalisten hören mussten:

„Ihr Frauen profitiert doch von euerm Geschlecht, ihr werdet ohne große Mühe von Politikern bemerkt oder oft von Bürokraten zum Essen oder Trinken eingeladen. Das ist doch unfair.“ Oder: „Du kannst keine normale Firmenangestellte mehr werden, du siehst viel zu luxuriös aus und machst einen völlig anderen Eindruck als andere Frauen

¹¹⁴ Wataya (1998): S. 227.

¹¹⁵ Kimura (1998): S. 294.

¹¹⁶ Kimura (1998): S. 295.

deiner Generation.“ Oder: „In einem offenen Gespräch mit Politikern bzw. Bürokraten ist es besser, eine Journalistin dabei zu haben, dann wird die Atmosphäre sehr ruhig und das Gespräch verläuft erfolgreicher.“ Oder: „Journalisten könnte ich meine Meinung ins Gesicht schreien. Aber Journalistinnen kann ich nicht anschreien, denn ich befürchte, sie damit zum Weinen zu bringen. Es ist mir zu anstrengend, sie zu warnen oder auf etwas hinzuweisen, schließlich tue ich so, als würde ich nichts sehen.“ Oder: „Es gibt Journalistinnen, die immer mit anderen zu einem Interview kommen. Sie sollten sich wenigstens bemühen, ein Interview eins zu eins durchzuführen, sie sind doch keine Schulmädchen mehr!“ Oder: „Sie sind sehr eigenwillig. Sie werden oft von Interviewten eingeladen und sind daher auch abends beschäftigt, aber sie sollten die übrigen Routineaufgaben nicht anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aufzwingen.“ Oder: „Sie erhalten viel mehr Gelegenheiten als Journalisten, von Politikern eingeladen zu werden. Trotzdem gibt es kaum Journalistinnen, die einen Scoop bekommen. Sie wissen offenbar nicht, dass es nichts bringt, eingeladen zu werden und einfach befreundet zu sein.“ Oder: „Sie lassen sich nichts gefallen. Ich denke nicht, dass schwache Journalistinnen besser sind, aber sie sollten auch mal Selbstkritik üben, trotzdem setzen viele von ihnen ihren Willen einfach durch.“

Kimura sagt auch: „Manche Aussagen sind voll daneben oder böswillig, doch es gibt tatsächlich Männer, die

uns Frauen so sehen. Es ist wahr, dass wir Frauen in einer solchen Umgebung arbeiten“¹¹⁷.

Ein anderes großes Problem für Journalistinnen bei der Arbeit ist sexuelle Belästigung. Sowohl verbale als auch körperliche.

Die Interviewten sind sozusagen wichtige Informanten. Daher müssen Journalistinnen manchmal schweigend einfach zuhören, wenn ihnen solch eine „wichtige“ Person etwas Indiskutables sagt. Im schlimmeren Fall verlangen diese Informanten von den Journalistinnen direkt sexuellen Kontakt.¹¹⁸ Solche Belästigungen zwischen Journalistinnen und Polizeibeamten werden oft als problematisch angesehen, z.B. betrat ein betrunkenen Polizist mitten in der Nacht die Wohnung einer Journalistin, die für einen Vorfall aus seinem Verantwortungsbereich zuständig war.¹¹⁹

Auch die Autorin der vorliegenden Abhandlung kann auf eine vierjährige Arbeitserfahrung als festangestellte Journalistin zurückblicken und erlebte währenddessen derartige Belästigungen: Ein Journalist, der für eine andere Zeitung arbeitete, fasste ihr an den Hintern, andere Journalisten äußerten Indiskutables wie etwa: „Du solltest dir schnell jemanden suchen und heiraten.“, „Wann hattest du Sex?“, „Du hast ja einen dicken Arsch.“ und ähnliches.

¹¹⁷ Kimura (1998): S. 299.

¹¹⁸ Vgl. Tomishige (1998): S. 311-312.

¹¹⁹ Hata (1998): S. 321.

Natürlich versuchte sie, dies bei ihren Vorgesetzten zu melden und sich zu beschweren. Doch diese waren *Ojisan* und sagten nur, dies sei normal und sie solle es einfach erdulden und ignorieren.

Die Anzahl der Journalistinnen wird immer weiter steigen, sie kann nicht zurückgehen. Daher besteht die Gefahr, dass noch mehr von ihnen Opfer sexueller Belästigung werden.

5 Umfrage und Auswertung

5.1 Befragte und Basis der Umfrage

Die Umfrage wurde im Zeitraum von Dezember 2010 bis März 2011 durchgeführt. Zweck war festzustellen, wie japanische Journalistinnen ihre Arbeitssituation beurteilen, wie diese sich in der Tat gestaltet und welche Probleme es gibt. Daher wurde eine qualitative Umfrage gewählt.

Der Fragebogen wurde als Word-Dokument persönlich per E-Mail an die jeweiligen Journalistinnen geschickt. Der ausgefüllte Umfragebogen wurde dann von ihnen an die Verfasserin wieder persönlich per E-Mail zurückgesendet.

Die Befragten sind insgesamt 20 Journalistinnen, die bei japanischen Tageszeitungen in Japan arbeiten. Die Zeitungen, für die sie arbeiten, sind sowohl eine Allgemeinzeitung (*Asahi Shimbun*) als auch Sportzeitungen (*Nikkan Sports*, *Osaka Nikkan Sports*, *Osaka Sports Nippon*), doch sie sind allesamt Tageszeitungen. Die Sportzeitungen haben nur eine Morgenausgabe, *Asahi Shimbun* hat eine Morgen- und auch eine Abendausgabe.

Die Umfrage besteht aus insgesamt 20 Fragen, zur grundsätzlichen Kenntnis wurde zuvor auch nach dem Alter, der Arbeitserfahrung in Jahren, bisher durchlaufenen Abteilungen und Zuständigkeiten, nach Einkommen und der Erfahrung in der Führungsposition gefragt. Das Alter

der Befragten liegt zwischen 24 und 57, ausführlicher: 24, 25, 27, 29, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 43, 46 und 57 Jahre alt. Sie verdienen zwischen 4,5 Mio. und 14 Mio. Yen pro Jahr, umgerechnet etwa zwischen 39500 und 122600 Euro. Die Unterschiede hierbei richten sich nach Firma und Arbeits Erfahrung. Das Gehaltssystem japanischer Unternehmen ist ebenfalls hierarchisch, das heißt, je älter jemand ist, desto mehr verdient er. 16 Interviewten haben darauf geantwortet, vier haben ihr Einkommen nicht angegeben.

Besonders auffällig ist, dass nur zwei der Befragten in einer Führungsposition stehen. Erfahrung in einer Führungsposition haben insgesamt nur drei Journalistinnen inklusive derjenigen gemacht, die noch in einer Führungsposition sind.

Um Veränderungen der letzten zehn Jahre zu erfahren, wurden die Fragen auf die Studie¹²⁰, die 1990 erstellt wurde, basierend gestellt. In einer Studie wurde auch eine Umfrage von dem allgemeinen Forschungsinstitut für Journalismus durchgeführt, um die tatsächliche Arbeitssituation und eine Wahrnehmung derselben festzustellen. Befragt wurden insgesamt 100 Journalistinnen, die bei Zeitungen und Nachrichtenagenturen in Tokio arbeiten.

Die Ergebnisse zeigen, dass 62,7 % von ihnen schon einmal eine Diskriminierung aufgrund ihres Geschlechts erlebt haben. 22,0 % sagen aus, dass dies häufig vor-

¹²⁰ Morohashi (1998): S. 383.

kommt und 15,3 % antworten mit „kommt nicht so oft vor“. Es gibt keine einzige Journalistin, die diese Art von Diskriminierung noch nie erlebt hat. Auch 25,4 % Journalistinnen werden schon einmal innerhalb ihrer Redaktion Opfer sexueller Belästigung.

In den weiteren Fragen geht es um die Arbeitssituation und auch die wirtschaftliche Lage der jeweiligen Zeitungen. Hier wird nur das erklärt, was die Arbeitssituation der Journalistinnen betrifft. Auf die Frage, ob „auch die Zeitungen auf männliche gesellschaftliche Gewohnheiten verzichten sollten, so dass sich die Arbeitssituation sowohl für Journalistinnen als auch für Journalisten besser und angenehmer gestaltet“ antworten 89,8 % mit „Ja“. 79,7 % von ihnen denken, es sollte insgesamt mehr Journalistinnen geben.

Der Anteil an Journalistinnen, die schon einmal gespürt haben, dass andere denken, Frauen seien nicht für die journalistische Tätigkeit geeignet, liegt bei 71,2 %. 57,6 % der Journalistinnen dachten schon einmal daran, ihren Job aufzugeben. Die Gründe werden hier zwar nicht genannt, aber denkbar wären dafür die langen Arbeitszeiten oder Diskriminierungen. Doch nur 5,1 % sind der Ansicht, dass diese Arbeit nicht für Frauen geeignet ist.

55,9 % denken, dass sie die Artikel, die sie eigentlich schreiben möchten, nicht schreiben können. Nach Meinung von 52,5 % der Journalistinnen sind die Zeitungen mit

der gesellschaftlichen Macht verwoben, obwohl sie eigentlich als Aufsicht gegen diese Macht agieren sollten. 39,0 % der Befragten haben Probleme mit ihrem Chef oder verstehen sich nicht mit ihm.

37,3 % von ihnen finden, dass sich die Nachrichtenwerte dadurch verändert haben, dass die Sachverhalte aus der Sicht von Frauen gesehen und beschrieben werden. Aus diesem Ergebnis könnte man schlussfolgern, dass bereits damals allmählich der Einfluss von Journalistinnen wahrgenommen wurde. 23,7 % denken, dass Journalisten hinsichtlich der Themen, die sie gerne übernehmen wollen, bevorzugt werden. Jedoch denken 25,4 % der Befragten, dass es manchmal auch von Vorteil ist, eine Frau zu sein.

Es gibt 10,2 % Journalistinnen, die beim Verfassen eines Artikels ihren männlichen Ressortleiter im Hinterkopf haben und den Artikel so schreiben, dass dieser ihm genehm ist.

Die Ergebnisse insgesamt zeigen, dass japanische Journalistinnen damals noch stark empfunden haben, diskriminiert zu werden. Auch das Verhältnis zu ihrem Chef war nicht immer sonderlich gut; obwohl man als Frau auch Vorteile hatte, kam es dennoch zu sexuellen Belästigungen sogar innerhalb der Redaktion. Es ist bedauerlich, dass keine konkreten Erfahrungen angeführt wurden, trotzdem ist zu erkennen, dass einige Journalistinnen aufgrund ihres Geschlechts Schwierigkeiten hatten.

5.2 Fragen

Die in der vorliegenden Umfrage gestellten 20 Fragen werden teilweise entweder „JA“ oder „NEIN“, teilweise mit konkreten Episoden bzw. Beispielen beantwortet. Die meisten Journalistinnen gaben ziemlich konkrete, ausführliche Informationen und äußerten auch ihre eigenen Ansichten dazu. Die Fragen und dazu benötigten Informationen werden hier erklärt:

Aspekt 1. Es wird oft gesagt, dass Zeitungsredaktionen „Männergesellschaften“ sind. Warum haben Sie diesen Beruf trotzdem gewählt?

Wie bereits im vorherigen Kapitel erwähnt, gilt die journalistische Tätigkeit – vor allem bei Zeitungen – wegen der harten, langen Arbeitszeiten oder des Arbeitsstils als Männerjob. Diese Frage wurde gestellt, um zu erfahren, aus welchen Gründen sich die Befragten für diese Tätigkeit entschieden haben, obwohl die Arbeit sehr hart und anstrengend sein soll.

Aspekt 2. Gibt es beim Gehalt Unterschiede zwischen Männern und Frauen, die im selben Jahr eingestellt wurden? (Ja/Nein)

Diese Frage ist wichtig, um zu erfahren, ob die Arbeitsbedingungen unter Männern und Frauen gleich sind. Bei einer normalen japanischen Firma sollte das Gehalt gleich sein, egal ob die Angestellten Männer oder Frauen sind.

Die Hierarchie wird in der japanischen Gesellschaft für sehr wichtig erachtet, generell machen nur die Arbeitsjahre den Gehaltsunterschied aus. D.h., diejenigen, die im selben Jahr aufgenommen wurden, verdienen gleich viel. Es kann aber natürlich sein, dass sie später nicht alle gleichermaßen Karriere machen und dadurch ein Gehaltsunterschied entsteht.

Aspekt 3. Spüren Sie bei der Arbeit, dass Frauen und Männer unterschiedlich behandelt werden? (Ja/Nein)

Diese Frage wurde gestellt, um die Ergebnisse mit denen aus der Umfrage von 1990 zu vergleichen und zu erfahren, ob und wie sich die Reaktion der Menschen geändert hat.

Aspekt 4. Sind Frauen generell nicht geeignet für diesen Beruf (der Zeitungsjournalistin)?

Genauso wie Frage 3. Diese Frage zielt darauf ab festzustellen, ob und wie sich die Selbsteinschätzung bzw. Meinung japanischer Journalistinnen zu sich selbst geändert haben.

Aspekt 5. Haben Sie schon einmal gespürt, dass andere denken, Frauen seien nicht für diesen Beruf geeignet?

Die journalistische Tätigkeit bei Zeitungsredaktionen gilt immer noch als „Männerjob“, obwohl es mittlerweile weit mehr Journalistinnen als früher gibt. Jedoch ist die Anzahl

im Vergleich zu anderen Berufsfeldern noch nicht sehr hoch. Auch diese Frage dient dazu festzustellen, ob und wie sich die Selbsteinschätzung japanischer Journalistinnen geändert hat, und ob bzw. wie sich die gesellschaftliche Einschätzung von Journalistinnen geändert hat.

Aspekt 6. Schreiben Sie oft mit Absicht Artikel, die Männern gefallen würden?

Vor 11 Jahren antworteten 10,2 % Journalistinnen mit „Ja“. Es könnte interessant sein, wie sich dies in den letzten Jahren geändert hat.

Aspekt 7. Können Sie die Artikel, die Sie schreiben wollen, auch wirklich schreiben?

Das „Gate-Keeping“ von männlichen Vorgesetzten stellt gelegentlich ein Problem dar. Mit dieser wird überprüft, ob Journalistinnen im Vergleich zu 1999 ihre Planung durchsetzen besser können oder diese öfter abgelehnt wird.

Aspekt 8. Können Journalisten die Themen bevorzugter auswählen als Journalistinnen?

Im Jahr 1999 fanden 23,7 % der befragten Journalistinnen, dass Männer bevorzugt werden. Die Anzahl von Journalistinnen ist heute viel höher als damals, doch die Tatsache, dass nur sehr wenig Frauen in Führungspositionen arbeiten und die Zeitungsredaktionen immer noch

von *Ojisan* – älteren Männern – beherrscht, existiert unverändert. Inwieweit beeinflusst die Steigerung der Frauenquote die Arbeitssituation der Frauen?

Aspekt 9. Ändert sich die Themenwahl in gewisser Weise dadurch, dass die Ereignisse aus der Sicht von Frauen gezeigt werden?

Denken Journalistinnen, dass ihr Geschlecht in irgendeiner Weise Einfluss auf die Artikel hat, und wenn ja, inwiefern? Vor 11 Jahren dachte ein Drittel der befragten Journalistinnen, die Beurteilung der Themenwahl habe sich dadurch ein wenig verändert, dass die Ereignisse aus der Sicht von Frauen dargestellt werden.

Aspekt 10. Könnte es bei der Arbeit oft von Vorteil sein, dass Sie eine Frau sind?

In der alten Studie antworteten 25,4 % der Journalistinnen mit „Ja“, da die absolute Zahl von Journalistinnen niedrig war. Heute ist die Anzahl deutlich höher als damals, aber Journalistinnen sind noch immer eine „Minderheit“. Existiert das „Frauenprivileg“ noch?

Aspekt 11. Könnte es bei der Arbeit oft von Nachteil sein, dass Sie eine Frau sind?

Die umgekehrte Version von Frage 10. Falls Journalistinnen es als nachteilig ansehen, eine Frau zu sein, wann empfinden sie so und warum?

Aspekt 12. Haben Sie in Ihrer Redaktion bereits Erfahrungen mit sexueller Belästigung gemacht?

Vor 11 Jahren hatten 25,4 % der Befragten einmal innerhalb ihrer Redaktion sexuelle Belästigung erfahren. Ist dies heute anders? Besser oder schlimmer?

Aspekt 13. Haben Sie außerhalb Ihrer Redaktion bereits Erfahrung mit sexueller Belästigung gemacht?

Leider liegen zu dieser Frage keine Daten aus dem Jahr 1999 vor, aber um zu erfahren, wie sich die tatsächliche Arbeitssituation von Journalistinnen gestaltet, wurde diese Frage mit Bitte nach konkreten Beispiele gestellt.

Aspekt 14. Haben Sie irgendwelche Probleme mit Ihrem Chef aufgrund Ihres Geschlechts?

Derartige Probleme hatten 1999 39,0 % der befragten Journalistinnen. Hat sich das mittlerweile geändert oder denken immer noch viele Journalistinnen, dass sie wegen ihres Geschlechtes nicht mit ihrem Chef auskommen? Diese Frage wurde genauso wie 1999 wieder gestellt, um Veränderungen festzustellen.

Aspekt 15. Würden Sie es begrüßen, wenn es mehr Journalistinnen gäbe?

Die Frauenquote hat sich tatsächlich im Vergleich zu früher erhöht. Denken Journalistinnen auch heute noch, dass es mehr Frauen in diesem Beruf geben sollte? Was

können die Gründe hierfür sein? Von den Befragten wurden dabei konkrete Gründe genannt.

Aspekt 16. Inwieweit sind Sie mit Ihrer Arbeit zufrieden bzw. unzufrieden? Und warum?

Ob Journalistinnen insgesamt mit ihrer Arbeit zufrieden sind, kann auch zeigen, was für Probleme sie haben bzw. was die Gründe dafür sind, diese „Männerarbeit“ zu verrichten. Mit „Arbeit“ ist hier alles gemeint, was sie tun, also ihre Tätigkeiten bzw. Aufgaben.

Aspekt 17. Inwieweit sind Sie mit Ihrer Arbeitssituation zufrieden? Und warum?

Hier wird gefragt, ob Journalistinnen mit der Umgebung ihres Arbeitsplatzes wie z.B. in der Redaktion oder Arbeitsbedingungen zufrieden sind.

Aspekt 18. Sollten sich Zeitungsredaktionen noch stärker darum bemühen, bessere Arbeitsbedingungen bzw. eine besser Arbeitsumgebung für Journalistinnen zu schaffen?

Diese Frage hängt mit Frage 16. und 17. zusammen. Was genau die befragten Journalistinnen ändern möchten, haben sie konkret geschildert.

Aspekt 19. Haben Sie schon einmal daran gedacht, diesen Job aufzugeben?

Mit dieser Frage soll in Erfahrung gebracht werden, ob sie wegen der Diskriminierung aufgrund des Geschlechtes bzw. wegen bereits im vorherigen Kapitel erwähnter Probleme schon einmal daran gedacht haben, die Arbeit aufzugeben.

Aspekt 20. Woran liegt es, dass nicht so viele Journalistinnen nach der Eheschließung bzw. nach einer Entbindung weiterarbeiten? Was sollte verbessert werden, damit Journalistinnen leichter in ihre Arbeit zurückkehren können?

Es wird nicht nur in Zeitungsredaktionen, sondern generell als problematisch angesehen, dass viele Frauen nach der Eheschließung bzw. nach einer Entbindung ihre Arbeit aufgeben. Als Gründe werden oft die schlechten Arbeitsbedingungen genannt. Z.B. nicht ausreichende Mutterschafts- bzw. Erziehungsurlaubstage usw. Bei Journalistinnen kommen dazu noch die langen und unregelmäßigen Arbeitszeiten. Zu wissen, ob diese für sie tatsächlich ein Problem darstellen, ob es noch mehr Gründe gibt und was für Verbesserungen bzw. Veränderungen sie sich wünschen, ist das Ziel dieser Frage.

5.3 Auswertung

In diesem Kapitel werden die konkreten Antworten der befragten Journalistinnen vorgestellt. Die Umfrage wurde in japanischer Sprache durchgeführt und alle Antworten wurden von der Verfasserin der vorliegenden Arbeit möglichst wörtlich genau ins Deutsche übersetzt.

Frage 1. Es wird oft gesagt, dass Zeitungsredaktionen „Männergesellschaften“ sind. Warum haben Sie diesen Beruf trotzdem gewählt?

Auf diese Frage antworten die Befragten mit konkreten Begründungen. Befragte 1 sagt: „Ich dachte, Männer und Frauen können gleichberechtigt arbeiten“. Diese Antwort ist sehr interessant, wird die journalistische Tätigkeit im Allgemeinen doch als „Männerarbeit“ angesehen. Trotzdem meint sie, dass beide Geschlechter gleichberechtigt arbeiten können, und damit, dass es keine Diskriminierung geben sollte.

Die anderen hatten z.B. schon seit langem den Wunsch Journalistin zu werden oder interessierten sich für Sportjournalismus (die Tätigkeit einer Sportzeitungsjournalistin). Eine Journalistin, die jetzt für Kultur und Musik zuständig ist, wollte über die Branche, für die sie sich interessiert (Musik), schreiben. Sie sagt aber auch, bevor sie mit diesem Job anfang, war ihr nicht bewusst, dass Zeitungsredaktionen „Männergesellschaften“ sind.

Frage 2. Gibt es beim Gehalt Unterschiede zwischen Männern und Frauen, die im selben Jahr eingestellt wurden?

Nur vier Journalistinnen antworten mit „Ja“. Sie behaupten, am Anfang der Karriere starten alle mit dem gleichen Gehalt, doch später kommt es durch Gehaltserhöhung bzw. Beförderung sowie Extrazahlungen für die Familie oder auch dadurch, ob und inwieweit man weiter Karriere machen kann, zu Unterschieden.

Alle anderen meinen, dass Unterschiede beim Gehalt zumindest nicht aufgrund des Geschlechtes existieren.

Frage 3. Spüren Sie bei der Arbeit, dass Frauen und Männer unterschiedlich behandelt werden?

15 Journalistinnen antworten mit „Ja“, fünf Befragte mit „Nein“. Diejenigen, die diese Frage bejahen, begründen dies wie folgt:

❖ „Ich habe männliche Kollegen, die im selben Jahr wie ich in die Firma eingetreten und schon Chefredakteur oder in einer höheren Position sind, obwohl fast alle Frauen inklusive derer, die älter sind als ich, immer noch einfache Angestellte sind.“

❖ „Das Gehaltssystem wurde zwar geändert, aber im früheren System gab es Einkommensunterschiede zwischen Männern und Frauen, so konnten Frauen z. B. keine Extrazahlungen erhalten etc. Wahrscheinlich denkt

die Firma, dass es die journalistische Tätigkeit behindert, wenn Frauen in einer wichtigen Position sind, wegen Eheschließung oder Entbindung.“

❖ „Mit mir redete der Chefredakteur etwas freundlicher als mit Journalisten desselben Jahrgangs. Damals kamen allmählich Probleme wie sexuelle Belästigung oder Depression auf, daher musste er mehr Rücksicht auf Frauen nehmen, denke ich.“

❖ „Journalistinnen können seltener zu einem Ereignisort geschickt werden. Männliche Chefs denken, dass Journalistinnen nicht grob behandelt werden dürfen.“

❖ „Journalistinnen sind vom Nachtdienst befreit, da es kein Nachtdienstzimmer für Frauen gibt. Journalisten haben Journalistinnen zusammengerufen und ihnen vorgehalten, dass Frauen deswegen nutzlos seien.“

❖ „Ein Chef sagte zu mir: ‚Du bist keine Frau, da du Zeitungsjournalistin bist‘. Männer wollen den Unterschied zwischen den Geschlechtern nicht respektieren. Für Journalisten gibt es zwei verschiedene Arten von Frauen. Zum einen die Frauen, die Männern dienen, zum anderen Journalistinnen, die zwar biologisch zur Kategorie ‚Frau‘ gehören, aber die die Männer nicht als Frau akzeptieren. ‚Frauen‘ verdienen weniger als ‚Männer‘ und können keine Rivalen für Männer sein, aber ‚Journalistinnen‘ verdienen genauso viel wie ‚Männer‘ und können starke Rivalen bei der Arbeit sein, daher wollen Journalis-

ten nicht einmal die Existenz von Journalistinnen akzeptieren. Aber das stimmt vielleicht heutzutage nicht mehr ganz und gilt nur für die Generation bis Mitte 30, da es neuerdings viel mehr Journalistinnen gibt, und auch Journalisten ‚soushoku (herbivoriert)‘¹²¹ sind.“

❖ „Eine Voraussetzung für diesen Beruf ist, eine gute Beziehung zu dem Interviewten aufbauen zu können. Daher habe ich darauf geachtet, dass ich nicht den Eindruck erwecke, ich würde mich bei den Interviewten einschmeicheln. Im ersten Arbeitsjahr hatte ich zufällig mitgehört, wie ein Journalist Folgendes sagte: ‚Journalistinnen gelten oft als oberflächlich, weil sie Frauen sind‘. Ich habe ihm sehr vertraut, deswegen schockierte mich seine Aussage, aber ich erkannte erneut, was für eine Arbeit ich mache.“

❖ „Es kommt auch vor, dass ich allein dadurch an Informationen kommen kann, indem ich einfach liebenswürdig bin.“

❖ „Es kommt aber auch vor, dass der Interviewpartner, der gar nicht mein Typ ist, unangenehm nah heranrückt oder mich am Körper berührt. Der Grund dafür ist, dass ich eine Frau bin.“

❖ „Über die Fehler von Journalistinnen regen sich die Vorgesetzten nicht auf, obwohl sie dies bei gleichen Feh-

¹²¹ S. Einführung

lern Journalisten gegenüber tun. Das wäre dann aber aus reiner Rücksicht.“

❖ „Ein Vorgesetzter sagte zu mir: ‚Ich kann dich keinen Spätwachendienst machen lassen, da du eine Frau bist‘.“

❖ „In unserer Redaktion gibt es keine Ressortleiterin, wegen Sexismus seitens der Vorgesetzten und der Firma.“

❖ „Es gibt keine für Profibaseball zuständigen Journalistinnen. Das ist die wichtigste Position, in die selbst von den männlichen Journalisten nur ausgewählte und ausgezeichnete Personen kommen können. Deshalb denken die Vorgesetzten vielleicht, Frauen sind schwächer und schlechter als Männer und können diesen Posten nicht übernehmen.“

❖ „Als ich einmal ans Telefon ging, sagte der Anrufer: ‚Eine Frau ist langweilig, gib das Telefon einem Mann‘. Es gibt einfach viele androzentrische Menschen.“

❖ „Am Körper berühren, küssen, Sex verlangen... Oft kann nicht vermieden werden, mit einem Mann zu zweit zu sein, da die Interviewten zum großen Teil Männer sind. Es gibt Männer, die diese Gelegenheit ausnutzen.“

❖ „Zum Unfallort oder zu einem AKW-Unfall werden immer zuerst Journalisten geschickt. Frauen sind physisch schwächer als Männer. Bei einem AKW-Unfall wird natürlich ‚das Geschlecht der Gebärenden‘ wahrgenommen,

aber nach einer internen Regelung der Redaktion werden auch junge Journalisten ohne Kinder nicht zum Ort geschickt.“

❖ „Ich höre von meinen Chefs nur selten Beschwerden über Journalistinnen. Für Männer ist der Umgang mit Frauen ungewohnt und schwierig, und sie denken, dass Frauen die Arbeit sowieso irgendwann aufgeben.“

❖ „Weil ich eine Frau bin, wurde als Gebiet, für das ich zuständig bin, eines gewählt, das in der Nähe der Firma liegt. Eben weil wir weitaus weniger sind und die Vorgesetzten denken, dass Frauen physisch schwächer sind. (Dem ist auch tatsächlich so.)“

Die übereinstimmende Meinung der fünf Befragten, die verneinen, ist, dass sie doch unterschiedlich behandelt werden, dies allerdings aus Rücksicht auf die Journalistinnen geschehe und keine Diskriminierung darstelle.

Frage 4. Sind Frauen generell nicht geeignet für diesen Beruf (= der Zeitungsjournalistin)?

Zwei der Befragten bejahen dies, die eine begründet dies wie folgt: „Ich denke fast jeden Tag, dass Frauen diese Arbeit nicht machen sollten, solange sie nur aufgrund ihres Geschlechts Unangenehmes erleben.“ Die andere sagt, dass es ihr an Objektivität mangelt, um diese Arbeit zu verrichten. Jedoch analysiert sie sich ja bereits objektiv.

Interessant war, dass eine Journalistin gleichzeitig mit „Ja“ und „Nein“ antwortet. Einerseits meint sie: „Physisch sind Frauen schwächer als Männer. Die Gesellschaft selbst kann den Unterschied zwischen Journalisten und Journalistinnen noch nicht ausgleichen, das heißt Journalistinnen sind automatisch mehr Belastungen ausgesetzt als Journalisten. Besser gesagt, wegen gesellschaftlicher Umstände eignen sich Frauen weniger für dieses Berufsfeld.“ Andererseits behauptet sie: „Die Hälfte der Menschheit sind doch Frauen. Wenn Zeitungen trotzdem nur nach den Ansichten von Männern hergestellt werden, sind das keine ‚Massenmedien‘ mehr, sondern ‚Mitteilungsblätter von Männern‘.“

Die Mehrheit der 18 Journalistinnen denkt, dass das Geschlecht nichts mit der Anpassungsfähigkeit für diese Arbeit zu tun hat:

- ❖ „Diese Arbeit ist sehr vielfältig und deswegen kann es auch vorkommen, dass die Sicht von Frauen von Vorteil ist.“
- ❖ „Physischer Unterschied ist eine individuelle Sache. Es gibt auch körperlich schwache Männer.“
- ❖ „Wenn die Person körperlich und geistig stark genug ist, hat das Geschlecht nichts damit zu tun.“
- ❖ „Es ergäbe ein einseitiges Meinungsbild, wenn nur Journalisten schreiben würden. Zeitungen bestehen aus verschiedenen Meinungen verschiedener Menschen.“

❖ „Frauen können besser mitfühlen und sind sensibler.“

Frage 5. Haben Sie schon einmal gespürt, dass andere denken, Frauen seien nicht für diesen Beruf geeignet?

Bei dieser Frage bilden sich zwei Meinungsgruppen. Zwölf Befragte sagen „Ja“, acht dagegen streiten dies ab.

❖ „Einer hat schon mal zu mir gesagt: „Ich gebe dir keine wichtige Position, da ich möchte, dass du heiraten kannst und dadurch glücklich wirst“. Damals habe ich das gespürt.“

❖ „Ein Polizist (Interviewpartner) sagte mir: „Du hörst mit der Arbeit auf, wenn du heiratest, oder?“. Zu meinem gleichaltrigen Kollegen sagte er das nicht.“

❖ „Ein Journalist sagte, dass Frauen eine beschränkte Sicht haben und nicht ordentlich schreiben können.“

❖ „Es gibt immer noch viele Leute, die denken, dass Frauen nach der Heirat mit dem Job aufhören.“

❖ „Grundsätzlich denkt man, dass Frauen nicht arbeiten sollten.“

❖ „Gebären können nur Frauen. Die Last der Kindererziehung tragen Frauen immer noch mehr als Männer. Ich treffe viele Leute, die denken, Frauen sollten so eine harte Arbeit nicht machen.“

❖ „Ich habe gespürt, dass mein Interviewpartner das Gespräch mit einem Journalisten angenehmer fand.“

❖ „Ich habe einen Vorgesetzten, der immer laut sagt: ‚Frauen sind nutzlos und unnötig‘.“

Frage 6. Schreiben Sie oft mit Absicht Artikel, die Männern gefallen würden?

Auf diese Frage reagieren einige Journalistinnen sehr aufgeregt und einige kritisieren diese Frage und sagen, dass sie die Absicht dahinter nicht verstehen. Jedoch antworten drei Journalistinnen mit „Ja“ und führen als Grund dafür an, dass dies in manchen Fällen selbstverständlich sei, wenn sie an die Bedürfnisse der Leser denken. Wichtig für sie sei nicht ihr eigener Stolz auf ihre Arbeit, sondern die Bedürfnisse der Leser. Sie sagen Folgendes:

❖ „Wenn die Interviewten Frauen sind und in Abhängigkeit vom Thema schreibe ich den Artikel so, dass ihn Männer mögen.“

❖ „Auf die Bedürfnisse von Lesern und der Redaktion abgestimmt.“

❖ „Unsere Leser sind meistens Männer, daher schreibe ich solche Artikel.“

Diejenigen, die verneinen, meinen, es kein Journalismus, wenn sie solche Artikel schreiben, oder auch, dass es dazu

keine Notwendigkeit gibt. Dabei reagieren sie jedoch unnötig aggressiv. Außerdem behaupten sie:

❖ „Es liegt am Medium und am Bereich. Soweit man über Sport schreibt, braucht man nicht darüber nachzudenken.“

❖ „Die Empfänger sind individuelle Personen.“

❖ „Artikel existieren für Leser, nicht für Männer. Die Frage selbst ist ja unerwartet.“

Frage 7. Können Sie die Artikel, die Sie schreiben wollen, auch wirklich schreiben?

Einige geben an, dass sie darüber „noch nicht nachgedacht“ hätten. Sie finden auch, es „wird nicht besonders eingeschränkt“. Aber inklusive dieser Journalistinnen antworten insgesamt 13 mit „Ja“ und geben dafür folgende Gründe an:

❖ „Ich versuche immer, möglichst viele Ereignisorte zu besuchen und solche Artikel zu schreiben, die nur von mir geschrieben werden können.“

❖ „Unparteiische Sicht haben, sich nicht emotional verhalten.“

❖ „Wir sind Angestellte, daher können wir nicht nur schreiben, was für uns selbst interessant ist. Aber innerhalb meiner eigenen Zuständigkeit kann ich die Artikel schreiben, die ich schreiben will. Wichtig sind eine gute

Kommunikation und eine gute Beziehung zu Ressortleiter, Chef und Kollegen, denke ich.“

❖ „Ich versuche immer, mein Bestes zu geben.“

❖ „Gute Planung und den Ressortleiter überreden.“

❖ „Wir sind Angestellte. Die ganze Firma stellt die Zeitung her und bietet sie den Lesern an. Das Wichtigste sind die Leser. Wir überlegen alle zusammen, was sie lesen wollen und die Informationen, die wir ihnen anbieten wollen. Es wäre am besten, wenn ich innerhalb dieser Bedürfnisse meine eigenen Gedanken wiedergeben könnte.“

❖ „Wenn ich ein Thema vorschlage, wird es auch durchgehen. Immer ein Bewusstsein für Probleme zu haben.“

❖ „Immer die Antennen für etwas Aktuelles ausfahren, enge Kommunikation mit den Vorgesetzten, mit denen ich mich gut verstehe.“

❖ „Auch wenn ich es aus eigener Tasche bezahlen muss, treffe ich Leute oder sammle Informationen. Dafür bekommen wir ein höheres Gehalt als in anderen Unternehmensbranchen. Das will ich für unsere Leser investieren.“

Die Befragten, die verneinen, sind insgesamt sechs. Zwei davon sind allerdings noch ziemlich jung und sozusagen

gen unerfahren. Diese beiden meinen, sie können noch nicht solche Artikel schreiben, die sie eigentlich schreiben wollen, weil sie noch nicht erfahren genug sind. Andere vier nennen die folgenden Gründe:

❖ „Diejenigen, die recherchieren, interviewen und schreiben, sind Journalisten und Journalistinnen. News-Bias beurteilen Ressortleiter oder Chefredakteure. Sie stellen sich ein undeutliches „Leser-Bild“ vor und beurteilen die Leser dementsprechend. Diese Führungspositionen sind immer noch von Männern besetzt, daher ist es selbstverständlich so, dass die meisten Themen der Artikel nur Männer interessieren. Es kommt auch selten vor, dass eine Frau als führende Person interviewt wird. Sowohl Interviewer als auch Interviewter sprechen aus einer männlichen Sicht. Deshalb sind die Leser, die in der Vorstellung existieren, Männer oder stereotype Frauen. Es gibt keine Möglichkeit, eine weibliche Sicht einzubringen.“

❖ „Egal wo oder worüber, ich versuche immer, das interessanteste Ereignis zu finden. Unsere Aufgabe ist, uns an die Bedürfnisse der Leser anzupassen und die Leser zu erfreuen.“

❖ „Egal ob Journalisten oder Journalistinnen, ein kritischer Inhalt kann nicht geschrieben werden, wenn das Ereignis nicht so groß ist.“

Frage 8. Können Journalisten die Themen bevorzugter auswählen als Journalistinnen?

Nur drei bejahen diese Frage. Sie denken, da es weit mehr männliche Vorgesetzte gibt, könnte es sein, dass die Themen von Journalisten leichter Sympathie bzw. Interesse bei männlichen Chefs erwecken.

Der Rest – 17 Journalistinnen – findet, dass sowohl Journalistinnen als auch Journalisten gleichberechtigt die Themen auswählen können. Eine von ihnen sagt: „Da ich oft ein anstrengendes Thema bzw. Thema, für das man viel Erfahrungen braucht, behandeln muss“. Die meisten behaupten, dass ihnen das gar nicht bewusst ist, dass sie noch nie darüber nachgedacht haben, oder auch, dass unfähige Leute sowieso keine Themen auswählen können.

Frage 9. Ändert sich die Themenwahl einigermaßen dadurch, dass die Ereignisse aus der Sicht der Frauen gezeigt werden?

15 antworten mit „Ja“. Manche setzen etwas voraus, aber sie erklären und begründen wie folgt:

❖ „Die weibliche und die männliche Sicht sind unterschiedlich und die Interessenbereiche auch.“

❖ „Frauen können sich besser mit eigenen Erfahrungen, Gefühlen, Situationen in die Interviewten hineinversetzen und schreiben. Solche Artikel voller Subjektivität berühren Leser mehr und intensiver.“

❖ „Nicht nur Geschlecht, sondern auch Generation, Umfeld oder Lebenserfahrung beeinflussen die Themenwahl.“

❖ „Wenn die Interviewten Frauen sind, dann ja, aber das gilt auch für Journalisten.“

❖ „Es kommt vor, dass die eigenen Erfahrungen als Frau zu mehr Verständnis führen.“

❖ „Über Heirat, Entbindung und Goldmedaille, Umsatteln zur Abgeordneten und Rücktritt von *Ryoko Tani*¹²² wurde von Journalisten geschönt geschrieben. Ihr wurde hoch angerechnet, dass sie als Ehefrau, Mutter, Sportlerin und Abgeordnete „vier Strohsandalen“ trug. Jedoch ist es arbeitenden Frauen in der normalen Gesellschaft nicht erlaubt, zu tun, was *Tani* getan hat. Sie nahm ihr Kind und ihre Mutter zur Arbeit (Wettkampf oder Training) mit, sie bekommt unglaublich viel Gehalt und nutzte damit ein anderes Hotel als das vom Judo-Verband bestimmte Hotel, ihr wurde speziell erlaubt, während des Trainings (also ihrer Arbeit) Pausen fürs Stillen etc. einzu-

¹²² *Ryoko Tani* ist eine sehr berühmte japanische Judoka. Sie nahm fünf Mal an den Olympischen Spielen teil und gewann zwei Silber-, zwei Gold- und eine Bronzemedaille. Nach den Olympischen Spielen in Peking wurde sie Politikerin, wollte zunächst jedoch nicht ihre Judo-Karriere aufgeben und gab an, als Mutter von zwei Kindern, Politikerin und auch Judoka gleichzeitig tätig sein zu wollen. Für eine Weile trainierte sie neben der politischen Tätigkeit weiter, doch entfachte dies heftige Diskussionen und trug ihr Kritik ein. Sowohl der japanische Judo-Bund als auch die japanische Bevölkerung finden, sie wolle zu viel. Kurz danach äußerte sie, auf die Teilnahme an den nächsten Olympischen Spielen in

legen. Dass dieses ganze Verhalten als Großtat anerkannt wird, geht nicht. Wenn eine Sportjournalistin zum Camp der Profisportmannschaft ihr Kind mitnimmt und täglich mehrmals eine Stillpause einlegt, wird sie selbstverständlich versetzt.“

❖ „Weil wir etwas erfahren, was nur Frauen erfahren können.“

❖ „Bei Themen wie Singlemutter, Mode oder Kindesmissbrauch, deren konkrete Einzelheiten Männer nicht verstehen, können Frauen viel intensiver nachempfinden. Die Fähigkeit, sich in andere hineinzuversetzen, ist bei Frauen mehr als bei Männer vorhanden.“

❖ „Wenn ein Sportler bzw. eine Sportlerin interviewt wird, schreiben Journalisten oft über seine/ihre Sportart, aber Journalistinnen schreiben oft über seinen/ihren persönlichen Charakter, Hobby und etwas außerhalb der Sportart.“

Die Ansichten von fünf Journalistinnen, die mit „Nein“ antworten, lauten:

❖ „Im Prinzip gibt es Unterschiede wegen der individuellen Sichtweise, aber nicht wegen Gender.“

❖ „Das ist ein Problem individueller Vorlieben.“

London zu verzichten, und sich auf die Politik zu konzentrieren. Die Medien berichteten dann, dass sie ihre Judo-Karriere aufgebe.

Frage 10. Könnte es bei der Arbeit oft von Vorteil sein, dass Sie eine Frau sind?

Die Antworten auf diese Frage bestätigen, dass deutlich mehr Journalistinnen denken, es sei vorteilhaft, eine Frau zu sein. 14 bejahen, 5 verneinen dies und drei geben keine Antwort. Worin der Vorteil liegt, wird wie folgt erklärt:

❖ „Bei Interviewten hinterlassen Frauen einen stärkeren Eindruck als männliche Kollegen. Es kommt auch vor, dass Journalistinnen eine tiefere Beziehung zu einem Interviewten haben.“

❖ „Presse ist eine Branche mit sehr viel bzw. viel mehr Männern. Daher haben wir den Vorteil, beim ersten Kontakt einen starken Eindruck zu erwecken.“

❖ „Nur für den ersten Eindruck. Aber für eine bessere Beziehung zu Interviewpartnern braucht man eine persönliche Anziehungskraft.“

❖ „Die Interviewpartner sind weniger vorsichtig.“

❖ „Mit weiblichen Interviewten können sich Journalistinnen eventuell intensiver unterhalten als Journalisten.“

❖ „Als ich Informationen nur dadurch erhalten konnte, indem ich einfach liebenswürdig war.“

❖ „Interviewte erinnern sich an Journalistinnen besser als an Journalisten.“

❖ Ich konnte beim Trainergespräch anwesend sein, obwohl ich dort nur eine fremde Journalistin war.“

Diejenigen, die verneinen, behaupten, dass sie bisher keinen Vorteil gesehen haben. Eine meint, dass das einfach von Fall zu Fall verschieden sei.

Frage 11. Könnte es bei der Arbeit oft von Nachteil sein, dass Sie eine Frau sind?

Auf diese Frage antworten 15 Journalistinnen mit „Ja“, vier mit „Nein“ und eine gibt keine Antwort.

Die bejahenden Befragten begründen dies zumeist mit der physischen Schwäche, aber auch weil sie beispielsweise keine wichtige Aufgabe erledigen können, oder weil die Leute deutlich sagen, dass man Frauen nicht vertrauen kann. Mit konkreten Beispielen erläutern sie dies wie folgt:

❖ „Mir wurden keine wichtigen Tätigkeiten anvertraut. Auch die Aufgaben, die Journalisten selbstverständlich und ganz normal übernehmen dürfen, konnte ich nicht machen. Physisch sind Frauen eben im Nachteil.“

❖ „Manche Interviewte sagen, dass keine Frau kommen soll.“

❖ „Die gesellschaftlichen Situationen/Systeme stellen in der Realität höhere Hürden für Frauen, die arbeiten wollen.“

❖ „Wenn ein Mann, den ich gar nicht mag, versucht, sich mir körperlich zu nähern, ist es unangenehm und anstrengend.“

❖ „Ich habe das Gefühl, dass die Interviewpartner etwas Wichtiges/Hauptsächliches nur Journalisten erzählen.“

❖ „Vor allem in unserer Redaktion ist es so, dass Frauen keine Karriere machen können. Es passiert auch oft, dass ein jüngerer Journalist, den ich früher einmal kritisiert habe, mein Ressortleiter wird. Dabei spüre ich sehr, dass er große Rücksicht auf mich nimmt. Für beide Seiten ist es von Nachteil.“

❖ „Obwohl Journalistinnen noch engere Beziehung zu Interviewpartnern haben wollen, ist manchmal die Barriere zwischen Mann und Frau ein Hindernis.“

❖ „Immer noch denken viele, dass Frauen keine Ahnung haben.“

❖ „Es gibt Zeiten, in denen Journalistinnen unbedingt beurlaubt werden müssen, wegen Entbindung oder Kindererziehung.“

Die Journalistinnen, die diese Frage verneinen, behaupten, dass sie noch keine Nachteile gesehen haben. Eine sagt sogar, dass es auch eine Herausforderung sei: „Manchmal werde ich anders als ein Journalist behandelt, aber als Journalistin muss ich das überwinden.“

Frage 12. Haben Sie in Ihrer Redaktion bereits Erfahrungen mit sexueller Belästigung gemacht?

Weniger als die Hälfte – sieben Journalistinnen – hat sexuelle Belästigung in ihrer Redaktion erfahren. 13 sagen aus, dass sie keine Erfahrung damit in ihrer Redaktion haben. Konkrete Beispiele:

- ❖ „Verbal immer, körperlich berührt wurde ich auch.“
- ❖ „Bin schon daran gewöhnt.“
- ❖ „Als ich einen Scoop verpasste, sagte mir ein Vorgesetzter: 'Frauen können Nachrichteninformationen einfach kriegen, wenn sie ihr Höschchen zeigen.'“
- ❖ „Es ist zu viel und ich kann hier nicht alles schreiben.“
- ❖ „Ein Kollege sagt: ‚Du riechst ja so gut.‘ oder ‚Hey, du hast schöne Figur.‘ usw.“
- ❖ „Als innerhalb meiner Zuständigkeit einmal eine Bewachung benötigt wurde, sagte der Ressortleiter: ‚Das kann ich dich nicht machen lassen, du bist doch eine Frau‘. Bemerkungen über das Aussehen sind kein Problem, aber auf der Arbeit diskriminiert zu werden, ist inakzeptabel und auch demotivierend.“
- ❖ „Beim Karaoke zum Duett gezwungen werden, körperliche Berührungen, kritische Aussagen gegen Frauen ohne Argumente wie ‚Frauen sind blöd, deswegen möchte ich, dass sie aufhören‘, ‚Du musst so früh wie

möglich heiraten und Kinder bekommen'. Immer etwas über die Figur gesagt zu bekommen, Männer erzählen ewig lang über ihre Affären oder Sex, als die Hälfte des Teams Frauen waren, sagte ein Ressortleiter: ‚Das ist ja wie ein Harem.‘ Ein Ressortleiter sagte: ‚Frauen verstehen sich nicht miteinander, deswegen ist es schwer, wenn ich viele Frauen unter mir habe‘.“

Frage 13. Haben Sie außerhalb Ihrer Redaktion bereits Erfahrung mit sexueller Belästigung gemacht?

Interessanterweise erfahren Journalistinnen sexuelle Belästigung mehr außerhalb ihrer Redaktion als in der Redaktion. 11 antworten mit „Ja“, neun mit „Nein“. Aber viele geben an, dass sie zu viele Erfahrungen damit gemacht haben und deshalb nicht alles erzählen können. Konkrete Episoden:

- ❖ „Auf einer Dienstreise ist einer in mein Hotelzimmer eingedrungen.“
- ❖ „Unnötige Körperberührung, ein besoffener Interviewpartner versuchte, mein Hotelzimmer zu betreten.“
- ❖ „Auf einem geselligen Beisammensein berührte mich ein Präfekturabgeordneter am Körper und sagte etwas Erotisches. Später beschwerte sich meine gesamte Firma und forderte ihn auf, sich bei mir zu entschuldigen. Er trat danach zurück.“

❖ „Jeden Morgen bekomme ich eine E-Mail mit Herzzeichen, körperliche Berührungen, Versuche, mich in ein Hotel mitzunehmen.“

❖ „Ein Interviewpartner umklammerte mich, ein Polizist (Interviewpartner) hat mich verführt.“

❖ „Eine Journalistin ging mit einem Interviewpartner (Polizist) zusammen essen, um die Informationen zu erhalten, dann wurde sie in ein Love-Hotel mitgenommen.“

❖ „Es ist zu viel und ich kann hier nicht alles schreiben.“

❖ „Körperliche Berührungen, zu einem Kuss gezwungen werden, küssen, Versuche, mich in ein Hotel mitzunehmen, zum Sex gezwungen werden, Forderungen, die Arbeit aufzugeben und Geliebte zu werden. Als ich einen Mann zu Hause besuchte, um ihn zu interviewen, forderte er mich auf hereinzukommen, versteckte meine Schuhe und schloss die Haustür ab. Journalisten einer anderen Redaktion haben mir geholfen.“

Frage 14. Haben Sie irgendwelche Probleme mit Ihrem Chef aufgrund Ihres Geschlechts?

Zum großen Teil meinen die Befragten, dass es nicht am Geschlecht liegt, wenn man Probleme mit dem Chef hat, sondern am individuellen Charakter. Nur sechs bejahen diese Frage:

❖ „Einer von den ehemaligen Ressortleitern war sehr eifersüchtig und rastete sofort aus, wenn ich nur mit einem anderen Ressortleiter redete. Dadurch war ich schon fast deprimiert.“

❖ „Eher ist die Beziehung mit jüngeren Journalisten schwieriger als mit meinem Chef. Es gibt Männer, die nur äußerst ungern von einer Frau gerügt werden, auch fehlt Frauen die Führungsfähigkeit.“

❖ „Es ist schwierig, eine engere Kommunikation mit Vorgesetzten zu haben, z.B. zu zweit trinken zu gehen usw.“

❖ „Weil es zwei verschiedene Arten von Frauen für Journalisten gibt. Es existieren immer noch stereotype Frauenbilder, da die älteren Journalisten der Generation vor der Zeit des Gleichbehandlungsgesetzes entstammen.“

❖ „Wir Frauen gehen nicht zu einem Etablissement, Mah-Jongg oder Golf zusammen mit Vorgesetzten. Journalisten versuchen dort, mit ihren Vorgesetzten zu kommunizieren, und auch Personalangelegenheiten werden dort entschieden.“

❖ „Diskriminierende Aussagen wie: ‚Ich will keine Frau als Teamleiterin aufstellen‘, ‚Frauen verstehen sich nicht miteinander und arbeiten nicht‘.“

13 Journalistinnen behaupten aber das Gleiche und zwar „nicht aufgrund des Geschlechts“.

Frage 15. Würden Sie es begrüßen, wenn es weit mehr Journalistinnen gäbe?

14 Journalistinnen denken, es sollte mehr Journalistinnen geben. Die Gründe dafür sind meist, dass Redaktionen eine zu männlich dominierte Gesellschaft ist. Sie erläutern ihre Ansichten dazu wie folgt:

❖ „In diesem Beruf sind Frauen immer noch in der Minderheit. Wenn der Anteil der Journalistinnen genauso hoch wird wie der der Journalisten, könnte sich das Bewusstsein beider Seiten normalisieren.“

❖ „Die Hälfte der Menschen sind Frauen. Das sollte auch am Arbeitsplatz so sein.“

❖ „Nicht nur mehr Journalistinnen, generell in der Gesellschaft sollten mehr Frauen arbeiten. Natürlich sollte die Hälfte inklusive Führungsposition Frauen sein.“

❖ „Viele Vorgesetzten denken immer noch, dass Frauen dumm sind. Frauen sollten die Hälfte stellen wie bei der Bevölkerungsverteilung.“

❖ „Selbstverständlich muss die Frauenquote 50% betragen wie bei der Bevölkerungsverteilung.“

❖ „Die Hälfte der Bevölkerung sind Frauen. Wenn die Zeitungen trotzdem nur auf männlichen Meinungen ba-

sieren, sind das nicht ‚Massenmedien‘, sondern ‚Mitteilungsblätter von Männern‘. Soweit das Verhältnis der Empfänger Männer und Frauen fünfzig zu fünfzig ist, ist es komisch, dass die Senderseite nicht ausgeglichen ist.“

❖ „Redaktionen sind zu sehr männliche Gesellschaften und die Meinungen sind auch ziemlich einseitig.“

❖ „Journalistinnen, die einen starken Willen haben, sollten zahlenmäßig zunehmen. Frauen, die Männern ein „Nein“ geben können, die alle Probleme selbst lösen können. Sowohl Fernsehen als auch Zeitungen haben immer noch eine männliche Sicht. Auffällig sind die oberflächlichen Berichterstattungen ohne Inhalt, deren Zielgruppe ältere Frauen oder Frauen im Allgemeinen sind. Aber Berichterstattungen mit einer fixierten Frauensicht oder sensible Berichterstattungen über psychologische Themen im Bereich Sport, die nur Frauen machen können, sollten möglich sein.“

❖ „Journalistinnen sind immer noch in der Minderheit. Deswegen kommt es auch vor, dass wir irgendwie ‚besonders‘ behandelt werden. Wenn es nicht mehr ungewöhnlich ist, dass eine Frau journalistisch tätig ist, lassen merkwürdige spezielle/besondere Phänomene nach.“

Die Befragten, die diese Frage verneinen, meinen übereinstimmend:

❖ „Ich sehe keinen Unterschied zwischen Journalistinnen und Journalisten. Es liegt an der individuellen Persönlichkeit.“

❖ „Egal ob Mann oder Frau, es wäre gut, wenn eine hervorragende Person Journalist/in wird.“

❖ „Egal ob Mann oder Frau, wer Journalist/in werden will, sollte es auch werden.“

Frage 16. Inwieweit sind Sie mit Ihrer Arbeit zufrieden bzw. unzufrieden? Und warum?

Auf diese Frage hin nennen die Befragten jeweils, womit sie zufrieden bzw. unzufrieden sind. Es ist keine Ja/Nein-Frage.

Zufrieden:

❖ „Die Leistungen werden bei beiden Geschlechtern gerecht bewertet.“

❖ „Momentan bin ich zuständig für Musik, die mein Lebensinhalt ist. Mit der Beurteilung innerhalb der Redaktion bin ich auch zufrieden.“

❖ „Die Arbeit ist sehr vielfältig und abwechslungsreich, wird nie zur Routine.“

❖ „Ich arbeite jeden Tag ohne Lebensgefahr, bekomme jeden Monat Gehalt, habe ein Dach über dem Kopf und zu essen. Damit sollte ich zufrieden sein.“

❖ „Dass ich viele unbekannte Menschen treffen und direkt ihre Ansichten oder Erfahrungen zu hören bekomme und auch z.B. bei großen Veranstaltungen wie einer Weltmeisterschaft oder den Olympischen Spielen anwesend sein kann, macht mich sehr glücklich.“

❖ „Ich fühle, dass ich der Gesellschaft einigermaßen nützlich bin.“

Unzufrieden:

❖ „Keine verantwortliche Position bzw. verantwortlichen Aufgaben.“

❖ „Es gibt keine Frauen in einer Führungsposition in unserer Redaktion. Erfahrene Journalistinnen sind auch ‚einfache Angestellte‘. Jüngere Journalisten mit weniger Erfahrung als sie sind jedoch schon Chefredakteur. Das ist sehr suspekt.“

❖ „Journalisten/Journalistinnen nehmen immer die Seite ein, eine Problematik herauszufinden oder zu diskutieren, und ‚verhandeln‘ nie selbst, da wir nicht zu Betroffenen werden dürfen. Daher kommt manchmal Frustration auf.“

❖ „Zeitplan und Gesundheitskontrolle sind schwer.“

❖ „Obwohl es nicht genügend Arbeitskräfte gibt, wird der Deckungsbereich immer größer. Das ist ein wirtschaftliches Problem, das dadurch entsteht, dass man

sich in der Gesellschaft ernsthaft von Zeitungen abwendet. Die Arbeitszeiten dauern bis Mitternacht.“

❖ „Manchmal bin ich sehr erschöpft, weil man sich immer einschleimen bzw. einschmeicheln muss. Manchmal muss ich um etwas Ungerechtes und Absurdes bitten oder mich entschuldigen. Besonders in der Politik gibt es so viele Leute, die nur ehrgeizig, aber als Mensch unreif sind. Daher finde ich es albern, diesen Job weiterzumachen.“

❖ „Die Arbeitszeiten sind zu lang.“

❖ „Es gibt viele Leute, die inkompetent sind und trotzdem nur durch Schleimerei Karriere machen. Ich war so enttäuscht und fand, dass sich auch Zeitungsredaktionen nicht von anderen Unternehmen unterscheiden.“

❖ „Power Harrassment, unfähige Vorgesetzte. Die Versetzung erfolgt nicht aufgrund von Fähigkeiten, sondern aufgrund von Sympathien seitens der Vorgesetzten. Als ich unter einem inkompetenten Vorgesetzten arbeitete, konnte ich mir nicht einmal frei nehmen, ich hatte nicht mal meinen täglichen Schlaf. Das Wort ‚*Karoshi*‘¹²³ kam mir in den Sinn.“

¹²³ *Karoshi* ist ein japanischer Begriff. Damit wird ein plötzlicher berufsbezogener Tod gemeint. Todesursache ist meist ein durch Stress oder zu lange Arbeitszeiten ausgelöster Herzinfarkt bzw. Schlaganfall.

Frage 17. Inwieweit sind Sie mit Ihrer Arbeitssituation zufrieden? Und warum?

Genauso wie bei Frage 16. schildern die Befragten jeweils ihre Zufriedenheit und Unzufriedenheit.

Zufrieden:

❖ „Es gibt keinen einzigen völlig freien Tag, dafür gibt es aber andere Freiheiten, beispielsweise muss ich nicht früh morgens aufstehen usw. Ich kann meine Zeit selbst einteilen.“

❖ „Zurzeit zufrieden, habe aber Angst vor der Zukunft. Es besteht künftig die Gefahr, wegen Versetzung von meinem Mann getrennt leben zu müssen. Sollte ich schwanger werden, kann ich mir nicht vorstellen, wie meine Redaktion darauf reagiert. In meiner Abteilung gibt es keine Journalistinnen, die Kinder haben, und kein Rollenmodell. Wenn ich ein Kind bekomme, bin ich sozusagen ‚Pionier‘ und auch mein Chef käme in Verlegenheit.“

Unzufrieden:

❖ „Die Rechnungsabteilung ist sehr geizig und wir müssen auf manche Dienstreisen verzichten.“

❖ „Viel zu beschäftigt.“

Frage 18. Sollten sich Zeitungsredaktionen noch stärker darum bemühen, bessere Arbeitsbedingungen für Journalistinnen zu schaffen?

Elf Journalistinnen denken, dass etwas verbessert werden sollte. Aber die meisten, die mit „Nein“ antworten, finden, dass die Arbeitsbedingungen nicht nur für Journalistinnen, sondern für beide Geschlechter verbessert werden sollten. Die konkreten Meinungen bzw. Vorschläge von Journalistinnen:

❖ „Als das Kind einer Journalistin ins Krankenhaus musste, hatte sie Urlaub beantragt, der aber abgelehnt wurde. Sie musste ihre Mutter darum bitten, auf ihr Kind im Krankenhaus aufzupassen. Gleichzeitig journalistische Arbeit und Kindererziehung zu leisten, ist ja sehr schwierig.“

❖ „Als ich wegen der Krankheit meines Kindes freinehmen wollte, wurde ich kritisiert. Es sollte mehr Verständnis für Schwangerschaft und Kindererziehung geben. Ich wäre gern in der Lage, ohne schlechtes Gewissen freinehmen zu können.“

❖ „Die Firma sollte mehr Kita-Plätze anbieten und fördern, dass Männer sich aktiver an der Kindererziehung beteiligen.“

❖ „Eine Kollegin gab ihren Job auf, da ihr Ehemann wegen Versetzung für ein paar Jahre im Ausland arbeiten muss. Sie wollte sich beurlauben lassen und wieder

zurückkommen, aber die Firma lehnte das ab, weil es dafür kein System gibt. Es sollten neue Systeme wie Beurlaubung wegen Versetzung des Partners usw. eingeführt werden.“

❖ „Es beschleunigt nur die Tatsache, dass man sich von Zeitungen abwendet, wenn die Bedürfnisse der Leserinnen, die die Hälfte der Leserschaft stellen, nicht berücksichtigt werden. Auch hinsichtlich Bevölkerungs- und Geburtenrückgangs in Japan müssen die weiblichen Arbeitskräfte geschützt werden. Ansonsten funktioniert die Gesellschaft nicht mehr. Eine Verbesserung kann nur dadurch erfolgen, nicht Diskriminierung zu bekämpfen, sondern auf Unterschiede zwischen Gender zu achten und zu respektieren.“

❖ „Der Einfluss von Schwangerschaft und Kinder auf die Arbeit ist sehr groß. Da Redaktionen Männergesellschaften sind, können sich Journalistinnen, wenn sie schwanger werden, schwer von der Arbeit fernhalten. Die Atmosphäre sollte lockerer sein, so dass Journalistinnen ohne schlechtes Gewissen Mutterschaftsurlaub nehmen können.“

❖ „Es kam schon mal vor, dass eine Journalistin, deren Ehemann arbeitslos wurde, kein ‚Familiengeld‘ bekommen konnte, obwohl alle verheirateten Journalisten es ohne Problem erhalten. Wenn die Bedingungen für je-

weilige Zuschüsse bei Männern und Frauen unterschiedlich sind, sollte es lieber gar keine Zuschüsse geben.“

❖ „Die interne Regelung zur ehelosen Partnerschaft sollte konkret bestimmt werden.“

Die Gründe der sieben Journalistinnen für ihr „Nein“:

❖ „Ich empfinde keinen großen Unterschied zwischen beiden Geschlechtern.“

❖ „Die Systeme sind ziemlich gut geregelt.“

❖ „Nicht nur Journalistinnen, sondern auch Journalisten sollten unter besseren Bedingungen arbeiten können. Z.B. mehr freie Tage, Urlaub usw.“

Frage 19. Haben Sie schon einmal daran gedacht, diese Arbeit aufzugeben?

Insgesamt dachten 15 Befragten schon einmal daran, ihren Job aufzugeben. Die dafür Gründe sind allerdings recht unterschiedlich:

❖ „Bei Krankheit der Kinder oder langfristigen Dienstreisen. Die Koexistenz von Familie und Arbeit war schwierig. Ich war selber physisch und psychisch sehr angeschlagen. Aus finanziellen Gründen habe ich nicht aufgegeben, da das Einkommen meines Ehemannes nicht fest ist, die Lage war instabil.“

❖ „Als ich unter einem verrückten Ressortleiter arbeitete. Ich hatte Nesseln am ganzen Körper und Angst da-

vor, in die Redaktion zu kommen. Dank der Ratschläge anderer Ressortleiter habe ich durchgehalten. Der verrückte Ressortleiter hatte danach Depressionen und beging Selbstmord.“

❖ „Ich hatte mein Selbstvertrauen in die Arbeit verloren, aber ohne Arbeit kann ich mich nicht finanzieren.“

❖ „Oft (dachte ich daran. Aber warum ich nicht aufhörte, ist) um zu leben, und der Reiz der journalistischen Arbeit ist größer.“

❖ „Als ein Interviewpartner wegen meines Artikels ungerecht kritisiert wurde. Aber er unterstützte mich sogar. (Deshalb hörte ich nicht auf.)“

❖ „Als mir klar wurde, dass sich die Firma in wirtschaftlicher Not befindet. Ein Berufswechsel war aber leider nicht möglich. Ich konnte keine bessere Firma finden.“

❖ „Als ich einen Scoop verpasste. Ohne Arbeit kann ich mich aber nicht finanzieren.“

❖ „Als ich von meiner Versetzung erfuhr. Ich dachte, man kann in dieser Firma keine Karriere machen. Aber ich liebe diese Arbeit.“

❖ „Es gibt nur 4-5 freie Tage pro Monat. Aber an diesen freien Tagen muss ich auch zu Hause mindestens eine Stunde Artikel schreiben, ich hatte schon gesundheitliche Probleme und musste operiert werden. Ein Berufswechsel klappte jedoch nicht.“

Eine Journalistin sagt, dass sie ihre Arbeit voller Freude erledigen und sich über nichts beschweren kann. Drei antworten nicht.

Frage 20. Woran liegt es, dass nicht so viele Journalistinnen nach der Eheschließung bzw. nach einer Entbindung weiterarbeiten? Was sollte verbessert werden, damit Journalistinnen leichter in ihre Arbeit zurückkehren können?

Dies ist eine offene Frage und Journalistinnen äußern ganz frei ihre Meinungen:

❖ „Das gilt nicht nur für Journalistinnen. In der gesamten japanischen Gesellschaft herrscht die Einstellung, dass Frauen die Arbeit aufgeben sollen, wenn sie Kinder bekommen. Der Inhalt der Arbeit ist der gleiche wie bei Männern, der Lebensrhythmus ist aber sehr unregelmäßig, es gibt natürlich viele Dienstreisen und selbstverständlich kommt man erst spät nach Hause. Die Kindererziehung ist somit Sache ihrer Eltern. Die Firma belastet die Eltern ihrer Mitarbeiter/innen und kann nur dadurch die eigenen Angestellten arbeiten lassen. Aber es besteht die Tendenz, die Stelle aufzugeben, wenn man damit unzufrieden bzw. nicht einverstanden ist. Es ist eine Veränderung des Bewusstseins notwendig, so dass auch Männer Erziehungsurlaub nehmen können. Soweit sich nicht die Einstellung der ganzen Gesellschaft verändert, wird es zu

keiner Tendenz kommen, trotz Kindererziehung als Journalistin zu arbeiten.“

❖ „Es gibt viele allein erziehende Mütter. Die Arbeitszeiten sind flexibel und daher gibt es mehr Journalistinnen, die weiter arbeiten, als welche, die aufgeben. In unserer Redaktion nehmen die Fälle zu, in denen Journalisten Erziehungsurlaub nehmen.“

❖ „Es gibt Unterschiede zwischen den jeweiligen Firmen, aber wenigstens gibt es in den überregionalen Qualitätszeitungen viel weniger Journalistinnen, die nach einer Eheschließung und Entbindung die Arbeit aufgeben.“

❖ „Frauen haben Angst davor, dass sie nach einer Entbindung nicht mehr an vorderster Front arbeiten oder nie wieder dorthin zurückkehren können. Es sind mehr Beispielfälle nötig.“

❖ „Ich habe den Eindruck, dass es nicht sehr viele Journalistinnen gibt, die wegen Heirat ihren Job aufgeben. Es gibt auch nicht so viele, die wegen einer Entbindung aufgeben. Aber wie sie arbeiten, ändert sich sehr. Genügend Arbeitskräfte sind unverzichtbar.“

❖ „Aufgrund von Zeitmangel, unregelmäßigen Lebensrhythmus oder Versetzung ist es auch für Journalisten generell schwierig, Familie und Arbeit nebeneinander bestehen zu lassen. Deswegen gibt es auch viele Ehescheidungen. Wenn Journalisten/Journalistinnen ein

Kind bekommen, ist die Kindererziehung nicht möglich, solange ihre Eltern nicht in der Nähe wohnen. Das kann bei einer Versetzung dann allerdings auch nicht mehr möglich sein. Die einzige Möglichkeit besteht in einer Arbeitsverteilung. Journalistische Tätigkeiten bestehen aber aus individuellen Beziehungen zwischen Journalisten/Journalistinnen und Interviewten. Daher ist es manchmal schwer. Ansonsten sollte es mehr Optionen geben. Z.B. wenn die Kinder klein sind, ändert sich der Vertrag, nicht als Festangestellte, sondern als Tarifvertrag. Damit sinkt das Einkommen, aber man hat mehr Zeit. Wenn die Kinder groß genug sind, kann man wieder als Festangestellte arbeiten. Aber realistisch gesehen stecken derzeit alle japanischen Zeitungen finanziell in einer Zwangslage und solche Verbesserungen sind ziemlich schwierig.“

❖ „Tägliche Anhäufung ist typisch für die journalistische Arbeit. Eine ein- oder zweijährige Pause macht es schwierig, die Lücken zu füllen. Individuelle Bemühungen sind die einzige Lösung.“

❖ „Es macht mehr Spaß und ist produktiver, als Ehefrau den Ehemann zu unterstützen oder hübsche Kinder aufzuziehen.“

❖ „Die Arbeitszeiten sind sehr lang und Journalistinnen haben keine Zeit, ihre Kinder von der Kita abzuholen. Es

gibt auch zu wenig Pflegeeinrichtungen für kranke Kinder.“

❖ „Wegen der Besonderheiten als ‚Journalist/in‘. Ein unregelmäßiger Lebensrhythmus, es ist psychisch und auch physisch sehr anstrengend. Männer außer Medienleuten können dafür kein Verständnis aufbringen. Auch gibt es nicht so viele toughen Journalistinnen, die nach der Arbeit noch den Haushalt erledigen können. Daher müssen Journalistinnen entweder Ehemann oder Arbeit wählen. Das heißt auch entweder Ehescheidung oder Kündigung. Neuerdings wünschen Journalisten die Versetzung aufgrund ihrer Familie wie z.B. 'Meiner Frau geht es nicht gut,', 'Meine Frau ist fertig wegen meiner Arbeitszeit, usw. und können nach ihrem Wunsch in einer anderen Abteilung arbeiten. Deshalb sollten auch Journalistinnen um eine solche Versetzung in der Firma bitten können und die Firma sollte das akzeptieren.“

❖ „In unserer Redaktion ist es nicht ungewöhnlich, dass Männer weniger arbeiten oder Hausmann werden. Das Bewusstsein auf der männlichen Seite sollte sich einfach verändern.“

❖ „Journalistische Arbeit ist individuell, und daher kann man nicht so einfach frei nehmen. Förderung eines neuen Systems, dass man mit einem Zeittarif arbeiten kann und noch leichter langen Urlaub nehmen kann.“

❖ „Wegen der langen Arbeitszeiten und des unregelmäßigen Lebensrhythmus, denke ich. Einstellung eines nützlichen Kinderbetreuungssystems und Kinderhortes. Die meisten Angestellten in Führungsposition sind Männer, die die gesamte Kindererziehung ihren Ehefrauen überlassen haben. Sie müssen die grundsätzliche Realität und Probleme von Kindererziehung verstehen. (Sie sollen mehr Zeitung vor allem das Ressort 'Leben, lesen.)“

6 Diskussion und Schlussfolgerung

Insgesamt entsteht der Eindruck, dass den befragten Journalistinnen die Unterschiede zu Journalisten ziemlich stark bewusst sind, obwohl sie behaupten, es gebe auf ihrer Arbeit keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern und Frauen und Männer seien gleichberechtigt. Es scheint, als täten sie dies als Einbildung ab.

Frauen, die im journalistischen Bereich arbeiten möchten, sind von Anfang an anders als andere Frauen. Meist sind solche Frauen nämlich sehr ehrgeizig und gierig, möchten die Karriereleiter immer weiter aufsteigen und niemals gegen Männer „verlieren“.

Jedoch werden sie anders als Journalisten behandelt, weil sie in der Redaktion keine große Karriere machen können, wie einige von ihnen sagen: „Ich habe männliche Kollegen, die im selben Jahr wie ich in die Firma eingetreten und schon Chefredakteur oder in einer höheren Position sind, obwohl fast alle Frauen inklusive derer, die älter sind als ich, immer noch einfache Angestellte sind.“ Sie können auch „seltener zu einem Ereignisort geschickt werden“, das behindert aber ihre Karriere.

Sie sind auch der Ansicht, dass Männer den Unterschied zwischen den Geschlechtern nicht respektieren wollen. Eine Befragte sagt: „Für Journalisten gibt es zwei verschiedene Arten von Frauen. Zum einen die Frauen, die

Männern dienen, zum anderen Journalistinnen, die zwar biologisch zur Kategorie ‚Frau‘ gehören, aber von Männern nicht als Frau akzeptiert werden. ‚Frauen, verdienen weniger als ‚Männer‘ und können keine Rivalen für Männer sein, aber ‚Journalistinnen‘ verdienen genauso viel wie ‚Männer‘ und können starke Rivalen bei der Arbeit sein, daher wollen Journalisten nicht einmal die Existenz von Journalistinnen akzeptieren.“

Diese Betrachtung ist sehr interessant und beschreibt die aktuelle Lage sehr konkret. Es ist daher zu bestätigen, was Morohashi¹²⁴ in seinem Buch schon einmal vorstellte:

Es wird oft darauf hingewiesen, dass die große Mehrheit von Medienmachern männlich ist, aber bei dieser Arbeit die eigenen Fähigkeiten am wichtigsten sind, weshalb das Geschlecht völlig egal ist. Ist dem aber tatsächlich so? Im Hintergrund dieser angeblich fairen Medienweltanschauung von ‚Fähigkeit‘ und ‚Konkurrenz‘ existiert die zur Schau gestellte Absicht, dass die Informationen gender-neutral sind. Trotzdem ist es eigentlich eine allgemein bekannte Tatsache, dass Massenmedien Frauen immer anders behandelt oder auch ausgeschlossen haben.¹²⁵

Dies wird dadurch bekräftigt, dass die befragten Journalistinnen tatsächlich sagen, Frauen würden nicht in wichtige Positionen gestellt. Z.B. gilt die Baseballabteilung innerhalb einer Sportzeitung – vor allem der Profibaseball –

¹²⁴ Morohashi (2002): S. 191-192.

¹²⁵ Morohashi (2002): S. 192.

als wichtigste Abteilung und nur Mitglieder einer „Elite“ können dafür zuständig sein. Wie eine Journalistin sagt, gibt es allerdings keine für Profibaseball zuständigen Journalistinnen. Nur „Männer“ können für männliche Vorgesetzte die „Elite“ darstellen. Journalistinnen übernehmen auch nicht alle Aufgaben, die für Journalisten normal sind, wie Spätwachdienst. Sie werden vielleicht nicht „diskriminiert“, aber schon anders als Männer behandelt. Ob das aus Rücksicht geschieht oder Diskriminierung ist, lässt sich nur im Einzelfall sagen, es kommt auch darauf an, wie die betroffenen Journalistinnen dies wahrnehmen.

Die meisten Journalistinnen selbst behaupten allerdings, es stimme nicht, dass Frauen generell nicht für diesen Beruf geeignet sind. Allerdings ist es eine Tatsache, dass Frauen physisch schwächer als Männer sind. Wie eine Befragte sagt, kann „die Gesellschaft selbst [...] den Unterschied zwischen Journalistinnen und Journalisten noch nicht ausgleichen“. Deswegen sind sie automatisch einer höheren Belastung ausgesetzt als Journalisten. In dieser Hinsicht eignen sich Frauen vielleicht aufgrund der gesellschaftlichen Umstände in Japan weniger für dieses Berufsfeld.

Viele Männer vertreten immer noch eine altmodische Einstellung zu Frauen. Tatsächlich wurde einem Teil der Befragten bereits einmal gesagt, dass sie möglichst schnell heiraten sollten, bzw. wurden sie gefragt, ob sie nach der Eheschließung ihren Job aufgeben würden. Heiraten und

dann Hausfrau werden, denn Frauen „gehören“ Männern – dieses uralte Image existiert heute noch. Dass viele Journalistinnen Erfahrungen mit sexueller Belästigung gemacht haben, zeigt auch, wie krank die japanische Gesellschaft ist und dass Männer Frauen wie ihr „Eigentum“ behandeln.

Eine Frau zu sein könnte von Vorteil sein, gleichzeitig aber auch von Nachteil. Die Anzahl der Journalistinnen ist immer noch gering, daher werden sie von Interviewten sofort wahrgenommen. Aber ob sie dann eine tiefere Beziehung aufbauen können, liegt an der persönlichen Anziehungskraft. Bei männlichen Interviewpartnern ist manchmal die Barriere zwischen Mann und Frau ein Hindernis. Auch wegen altmodischer Vorurteile der Interviewten, nämlich Frauen hätten von nichts eine Ahnung, wirkt sich das Geschlecht nachteilig aus.

Mit ihrem Chef haben einige Journalistinnen Probleme, sie denken, dass dabei das Geschlecht die Ursache dafür sein könnte. Tatsächlich erleben sie diskriminierende Aussagen von ihrem Chef: „Ich will keine Frau als Teamleiterin aufstellen.“ Oder „Frauen verstehen sich nicht miteinander und arbeiten nicht.“ Viele männliche Vorgesetzte haben fixierte Vorurteile gegenüber Frauen, wodurch derartige Diskriminierungen entstehen. Viele Befragten geben deshalb an, dass es schöner wäre, wenn es mehr Journalistinnen gäbe. Die absolute Anzahl der Journalistinnen sei einfach zu niedrig, da könne nicht vermieden werden, dass

Journalistinnen für ungewöhnlich gehalten und viel beachtet werden müssen.

Bemerkenswert ist allerdings, dass die meisten Journalistinnen mit ihrer Arbeit sehr zufrieden sind. Sie sagen, dass ihnen die Arbeit sehr viel Spaß macht, da sie sehr abwechslungsreich und vielfältig ist. Sehr positiv finden sie auch, dass sie vieles erfahren können, was normale Menschen nicht erleben. Meist können sie die Artikel, die sie schreiben wollen, auch tatsächlich schreiben. Manche sagen auch, es gebe keine Chance, eine weibliche Sicht einzubringen, da News-Bias von männlichen Ressortleiter oder Chefredakteuren beurteilt werden. Trotzdem sagt der Großteil der Journalistinnen aus, dass sie schreiben, was und wie sie wollen.

Unzufriedenheit verspüren sie allerdings auch, meist wegen der langen Arbeitszeiten, so dass eine Befragte schon der Gedanke an *Karoshi* kam. Außerdem behaupten sie, dass Frauen keine Karriere machen könnten. Da es schwierig ist, freie Tage zu nehmen, haben sie auch Angst davor, zu heiraten oder Kinder zu bekommen, wie eine Journalistin sagt: „Sollte ich schwanger werden, kann ich mir nicht vorstellen, wie die Redaktion darauf reagiert.“ Viele haben Schwierigkeiten mit der Koexistenz von Familie und Arbeit.

Insgesamt entsteht der Eindruck, dass die Kategorie „Journalistinnen“ doch eine besondere ist. Sie lieben ihre

Arbeit, sind sehr stolz darauf, Journalistin zu sein, behaupten einerseits, dass sie kein Problem wegen ihres Geschlechts mit der Arbeit haben, andererseits beklagen sich doch über Diskriminierungen. Es gibt natürlich auch zwischen Journalistinnen individuelle Unterschiede, aber insgesamt sind die Journalistinnen der Allgemeinzeitungen sehr stolz auf ihre journalistische Tätigkeit.

Dies zeigt sich in den sehr aggressiven, kritischen Antworten auf Frage 6 (Schreiben Sie oft mit Absicht Artikel, die Männern gefallen würden?): „Artikel existieren für Leser, nicht für Männer.“, „Das ist dann ja kein Journalismus.“, „Diese Frage selbst ist eine Überraschung für mich, warum ist so was denn überhaupt nötig?“ Selbstverständlich existieren Artikel für Leser, aber auch die Leser sind Frauen und Männer, und die jeweiligen Bedürfnisse für die Artikel sind unterschiedlich. Im Gegensatz dazu verstehen Journalistinnen von Sportzeitungen ihre Aufgaben mehr und besser. Sie sagen: „Wenn die Interviewten Frauen sind und in Abhängigkeit vom Thema schreibe ich den Artikel so, dass ihn Männer mögen.“ Sie schreiben die Artikel also je nach Bedürfnis der Leser auf eine andere Art. Vielleicht verfügen sie über mehr professionelles Bewusstsein als Journalistinnen von Allgemeinzeitungen.

Im Vergleich zu früher kann man vielleicht sagen, dass sich die Arbeitssituation japanischer Journalistinnen schon verbessert hat. Doch betrachtet man die Arbeitsbedingungen, gibt es noch viele Schwierigkeiten. Dass Füh-

rungspositionen von Männern besetzt sind, ist äußerst problematisch. Ihre veralteten Einstellungen zu bzw. Vorurteile gegenüber Frauen behindern Journalistinnen dabei, Karriere zu machen. Es könnte sein, dass die *Ojisan* aus reiner Rücksicht Journalistinnen anders behandeln, da Frauen aus ihrer Sicht schwach sind. Wie schon erwähnt, gibt es heutzutage viele *Soushoku-Danshi* in Japan. Männer sind feminisiert und sanfter als früher. Aber das ist nur in der jungen Generation so, die Generation der Führungspositionen besteht leider immer noch nur aus *Ojisan*, die mit einer falschen Einstellung zu Frauen aufgewachsen sind. Ihre veralteten Vorurteile zu bekämpfen, könnte auch zu einem Rückgang von Fällen sexueller Belästigung gegen Journalistinnen führen.

Journalistinnen selbst dagegen wollen die gleichen Aufgaben wie Journalisten übernehmen und weiter Karriere machen. Wenn Journalistinnen heiraten oder Kinder bekommen, stellt sich jedoch das nächste Problem. Die Koexistenz von Familie und journalistischer Tätigkeit ist sehr schwierig. Journalistinnen müssen entweder ihre betagten Eltern um Hilfe bei der Kindererziehung bitten, und sie damit belasten oder auf ihren Job verzichten. Dieses Dilemma ist sehr groß, so wie viele Befragte sagen.

Vielleicht besteht die Notwendigkeit, dass sich nicht nur die Rezipienten, sondern auch die Journalisten und Journalistinnen eine bessere Medienkompetenz aneignen. Denn „Massenmedien in Japan selbst haben kein Ver-

ständnis dafür bzw. keine Kenntnis davon, dass sich die Beschäftigung mit Genderproblemen weltweit intensiviert und dass es mehr Beschäftigung mit Medienkompetenz im Hintergrund gibt. Es ist nur vorstellbar, dass die japanischen Medienmacher, nämlich die Männer, die den großen Teil von Informationssendern besitzen, irgendwelche Abwehrmechanismen besitzen, um solche Tatsache nicht akzeptieren.“¹²⁶.

Wie eine Befragte aussagt, gelten die Schwierigkeiten mit der Koexistenz von Familie und Arbeit nicht nur für Journalistinnen. In der gesamten japanischen Gesellschaft herrscht die Einstellung, dass Frauen mit der Arbeit aufhören sollten, wenn sie heiraten oder Kinder bekommen. Doch die journalistische Arbeit erfordert besonders lange und unregelmäßige Arbeitszeiten, daher ist es für Journalistinnen extrem schwierig, gleichzeitig arbeiten und sich um die Familie zu kümmern. Sie haben einige Vorstellungen für die Verbesserung der Lage wie z.B. Arbeitsverteilung, Förderung eines neuen Systems, nach dem man zu einem Zeittarif arbeiten kann etc. Für eine Umsetzung dieser Ideen ist aber noch viel Zeit nötig, da dieses Problem eines der gesamten Gesellschaft ist.

Es gibt auch Journalistinnen, die nicht möchten, dass sie aufgrund ihres Geschlechtes bestimmte Aufgaben erledigen müssen. Sie behaupten, dass sie nicht als „Jour-

¹²⁶ Morohashi (2002): S. 190.

nalistIN“, sondern als eine Angestellte, die eine journalistische Tätigkeit ausübt, arbeiten. Solche Frauen sagen allerdings oft: „Es ist mir egal, was Frauenrechte oder die Gleichberechtigung von Frauen und Männern beinhalten.“ Sie wollen sich der männlichen Weltanschauung annähern, so dass sie nicht als „Frau“ betrachtet werden müssen. Doch sie werden dazu gezwungen, denn das gesamte Redaktionssystem, das von Männern besetzt ist, treibt einige Journalistinnen dazu. Die „Erziehung“ von Journalistinnen und Journalisten könnte jedoch ein erster Schritt sein, die „Unterstruktur“ der Zeitung zu verändern. Erst dann kann sich auch die „Oberstruktur“ der Zeitung verbessern.

7 Literatur- und Quellenverzeichnis

- Fujitake, Akira: Nihon no Masumedia (Japanische Massenmedien). Tokio 2005, 2. Auflage, NHK Books
- Germer, Andrea: Historische Frauenforschung in Japan. Die Rekonstruktion der Vergangenheit in Takamure Itsues „Geschichte der Frau“ (Josei no rekishi). München 2003. IUDICIUM Verlag
- Gössmann, Hilaria u.a. (Hrsg.): Media ga tsukuru Gender – Nichidoku no Danjo, Kazoku-zou wo yomitoku (Das Geschlecht als Konstrukt der Medien in Japan und Deutschland). Tokio 1998, 1. Auflage, Shinyosha
- Hata, Ritsue: „Feminizumu wo otte (Verfolgung des Feminismus)“. In: Gender kara mita Shimbun no ura, omote (Zeitungen aus der Perspektiven von Gender). Hrsg. Morohashi, Taiki u.a. Tokio 1998, 2. Auflage. S. 317 – 334
- Hohenadl, Albrecht: Mediennutzung in Japan. Münster 2004. LIT Verlag
- Kimura, Kyoko: „Seiji-Kisha no hibi (Alltag von Politikjournalisten)“. In: Jendaa kara mita Shimbun no ura, omote (Zeitungen aus der Perspektiven von Gender). Hrsg. Morohashi, Taiki u.a. Tokio 1998, 2. Auflage. S. 282 – 300
- Kyodo Nachrichten Agentur: Kisha Handobukku (Journalistenhandbuch). Tokio 1997. 8. Auflage.
- Kyodo Nachrichtenagentur: Kisha Handobokku (Journalistenhandbuch). Tokio 2001. 9. Auflage
- Lünenborg, Margret: Geschlecht als soziales und kulturelles Konstrukt. Kritische Anmerkungen zur Geschlechterforschung in neueren Kommunikatorstudien. In: Claudia Mast (Hrsg.): Markt – Macht – Medien. Publizistik zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz: UVK. S. 363 – 374
- Miyagi, Yukiko: Gendai no Media riyou to Komyunikeisyon (Mediennutzung und Kommunikation in der modernen Zeit). In: Life Design Report. Spring 2010.
- Mizuta, Noriko: „Media no Gender-Kouzou to Josei-Hyouden (Struktur von Gender und Frauenbeschreibung in Medien)“. In: Gender-Hakusho 3 – Josei to Media (Genderweißbuch 3 – Frauen und Medien). Hrsg. von Kitakyushu-Shiritsu Danjo Kyodosankaku Sentaa „Move“

- (MOVE-Kitakazushu Municipal Gender Equality Centre). Tokio 2005, S. 20-43.
- Morohashi, Taiki u.a.: „Shimbun wa Josei wo donoyouni hyougen shiteiruka (Wie beschreiben die Zeitungen Frauen?)“. In: Jendaa kara mita Shimbun no ura, omote (Zeitungen aus der Perspektiven von Gender). Hrsg. Morohashi, Taiki u.a. Tokio 1998, 2. Auflage. S. 38-80
- Morohashi, Taiki: Jendaa no katararekata, Media no tsukurarekata (Ausdrucksart von Gender, Bildungsart von Medien). Tokio 2002, 1. Auflage, Gendaishokan
- Morohashi Taiki: „Masumedia to Jendaa (Massenmedien und Gender). In: Josei no Deetabukku (Dateienbuch von Frauen). Hrsg. Inoue, Teruko u.a. Tokio 2005, 4. Auflage. Yuhikaku. S. 119 - 137
- Morohashi, Taiki: Media Riterashii to Jendaa. Kousei sareta Jouhou to tsukurareru Sei no Imeeji (Medienkompetenz und Gender. Strukturierte Informationen und eingebilddete Vorstellungen von Geschlechtern). Tokio 2009, 1. Auflage, Gendaishokan
- Muramatsu, Yasuko: „Masumedia de katatteirunowa dareka (Wer redet in Massenmedien?)“. In: Media ga tsukuru Jendaa – Nichidoku no Danjo, Kazoku-zou wo yomitoku (Das Geschlecht als Konstrukt der Medien in Japan und Deutschland). Hrsg. von Gössmann, Hilaria u.a. Tokio 1998, 1. Auflage S. 9 - 42
- Nihon Hoso Rodo Kumiai: Okurite tachi no mori (Der Wald von Sendern). Tokio 2000. Nippou-Bunko.
- Sasaki, Toshinao: 2011 nen Shimbun, TV Shoumetsu (2011- Verschwinden von den Zeitungen und TV). Tokio 2009, 1. Auflage. Bunshunshinsho
- Suzuki, Midori: Media Riterashii no genzai to mirai (Die Gegenwart und Zukunft der Medienkompetenz). Tokio 2001. 1. Auflage, Sekai shisou-sya.
- Suzuki, Midori: Sutadii Gaido, Media Riterashii Jendaa-Hen (Study guide, Medienkompetenz für Gender). Tokio 2003, 1. Auflage
- Suzuki, Midori: „Media Riterashii to Jendaa (Medienkompetenz und Gender)“. In: Jendaa-Hakusho 3 – Josei to Media (Genderweißbuch 3 – Frauen und Medien). Hrsg. von Kitakyushu-Shiritsu Danjo Kyodosankaku Sentaa „Move“ (MOVE-Kitakazushu Municipal Gender Equality Centre). Tokio 2005, S. 62 - 83
- Takenobu, Mieko: „Shimbun no naka no Gender to Joseimondai-Houdou no Koutai (Gender und Rückwärtsbewegung der Berichterstattung über die Frauenprobleme in Zeitungen)“. In: Jendaa-Hakusho 3 –

- Josei to Media (Genderweißbuch 3 – Frauen und Medien). Hrsg. von Kitakyushu-Shiritsu Danjo Kyodosankaku Sentaa „Move“ (MOVE-Kitakzushu Municipal Gender Equality Centre). Tokio 2005, S. 200 - 213.
- Tanaka, Kazuko u.a.: „Shimbun-Joseigaku eno Shoutai (Einladung zur Genderpublizistik)“. In: Jendaa kara mita Shimbun no ura, omote (Zeitungen aus der Perspektiven von Gender). Hrsg. Morohashi, Taiki u.a. Tokio 1998, 2. Auflage. S. 7 - 37
- Tomishige, Keiko: „Supōtsu-men to Josei no Kisha (Sportseiten und Journalistinnen)“. In: Jendaa kara mita Shimbun no ura, omote (Zeitungen aus der Perspektiven von Gender). Hrsg. Morohashi, Taiki u.a. Tokio 1998, 2. Auflage. S. 301 - 316
- Wataya, Sei: „'Ojisan-Honisei' ga Shimbun wo mushibamu (Ojisan-Standard schadet die Zeitungen)“. In: Jendaa kara mita Shimbun no ura, omote (Zeitungen aus der Gender-Perspektive). Hrsg. Morohashi, Taiki u.a. Tokio 1998, 2. Auflage. S. 212-228
- Yomiuri-Shimbun Forschungszentrum (Hrsg.): Jissen Jānarizumu-Dokuhon (Lesebuch für das Praxis des Journalismus). Tokio 2002, 1. Auflage, Chuokouronshinsya

Internetquellen

- „Antei Shikou no Sōshoku-Danshi – Saikin no 20-30 dai no Dansei (Beständigkeitsüchtige Sōshoku-Danshi – Männer im Alter zwischen 20-30 Jahren von heute)“. Yomiuri Shimbun am 17.02.2009. Verfügbar unter:
<http://www.yomiuri.co.jp/komachi/news/mixnews/20090217ok02.htm>
- „Sōshoku-Danshi Guide“. Verfügbar unter:
http://eco-mania.info/herbivorous_boy/index.php#1
- OECD. „Directorate for Employment, Labour and Social Affairs. Key employment statistics. Verfügbar unter:
http://www.oecd.org/document/53/0,3746,en_2649_34747_427882_13_1_1_1,00.html
- Innenministerium Japans. Gender Informationsseite. „Weißbuch“. Verfügbar unter:
http://www.gender.go.jp/whitepaper/h23/zentai/pdf/h23_002-009.pdf

„Das Gesetz zur Chancengleichheit bei der Anstellung von Männern und Frauen“. Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Wohlfahrt. Verfügbar unter: http://homepage2.nifty.com/TOMZONE-S/ank_busyo_folda/masamune.htm

„Ausführungsverordnung des Gesetzes zur Chancengleichheit bei der Anstellung von Männern und Frauen“. Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Wohlfahrt. Verfügbar unter: <http://www.mhlw.go.jp/general/seido/koyou/danjokintou/dl/koyou01a.pdf>

Official Site of Gender Equality Bureau Cabinet Office. Verfügbar unter: <http://www.gender.go.jp/>

Aufstieg und Fall von vier Massenmedien. Verfügbar unter: <http://research.goo.ne.jp/database/data/000624/>

Statistisches Handbuch Japans 2010. Statistikamt, Japan. Verfügbar unter: http://www.stat.go.jp/english/data/handbook/pdf/f16_5.pdf

Das Zentrum für die Verkaufsförderung von Autoren Japans. Verfügbar unter: <http://www.1book.co.jp/003727.html>

Yomiuri Shimbun official site. Verfügbar unter: <http://adv.yomiuri.co.jp/yomiuri/busu/busu01.html>

NSK (Nihon Shimbun Kyokai – pressnet) Verfügbar unter: <http://www.pressnet.or.jp>

Hakuhodo Media Partners: Untersuchung der Mediennutzung in Japan 2011. Verfügbar unter: <http://www.hakuhododdy-media.co.jp/newsrelease/2011/HDYnews110615.pdf>

Dentsu Co. Kommunikationsabteilung. Pressemitteilung am 22.02.2010. Verfügbar unter: <http://www.dentsu.co.jp/news/release/2010/pdf/2010020-0222.pdf>

Asahi Shimbun. 23.02.2011. Verfügbar unter: <http://www.asahi.com/business/update/0223/TKY201102230491.html>

Berliner Schriften zur Medienwissenschaft

Herausgegeben von Friedrich Knilli, Jakob F. Dittmar

ISSN 1869-0041 (Druckausgabe); ISSN 1869-005X (Online-Version)

-
- 1: Raetzsch, Christoph: Wider die Simulation: Medien und symbolischer Tausch.** Revisionen zum Frühwerk Jean Baudrillards. - 2009. - 118 S., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2126-7
ISBN (print) 978-3-7983-2132-8 unverb. Preis EUR 5,00
- 2: Flüge, Maximilian: Spannungsfeld Auftrag - Konvergenz: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland.** - . - 2009. - 134 S., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2131-1
ISBN (print) 978-3-7983-2133-5 unverb. Preis EUR 5,00
- 3: Baizza, Achmed: Die Unterhaltungsindustrie gegen das Filesharing.** - . - 2009. - 143 S., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2138-0
ISBN (print) 978-3-7983-2139-7 unverb. Preis EUR 5,00
- 4: Medoch, Melanie Maria: Politische Positionierung - der lange Weg zur Marke.** - . - 2009. - 109 S., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2136-6
ISBN(print) 978-3-7983-2137-3 unverb. Preis EUR 5,00
- 5: Janzen, Karoline: Türken in Deutschland: Integration durch Medien.** - . - 2009. - 98 S., A 5. -
ISBN (online) 978-3-7983-2147-2
- 6: Stix, Cornelia: Der Reiz des Verbotenen - Zur Akzeptanz der USK-Alterskennzeichen.** - . - 2009. - 116 S., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2148-9
ISBN (print): 978-3-7983-2149-6 unverb. Preis EUR 5,00
- 7: Maas, Jessica: Vom "Über-Leben" in der Fremde. Niveau von Reality-Shows im Fernsehen.** - . - 2009. - 105 S., A 5. -
ISBN (online) 978-3-7983-2150-2
- 8: Dittmar, Jakob F.: Grundlagen der Medienwissenschaft. 2., erw. u. korr. Aufl.** - . - 2012. - 174 S., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2360-5
ISBN (print) 978-3-7983-2359-9 Preis EUR 11,90
- 9: Reinhold, Katharina: Speaking with one voice?. Ein Vergleich der Regierungskommunikation in Großbritannien und Deutschland.** - 2009. - 177 S., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2177-9
ISBN (print) 978-3-7983-2178-9 unverb. Preis EUR 5,00
- 10: Sextro, Maren: MOCKUMENTARIES und die Dekonstruktion des klassischen Dokumentarfilms.** - . - 2009. - 93 S., A 5. -
ISBN (online) 978-3-7983-2199-1
- 11: Özsari, Hülya: "Der Türke". Die Konstruktion des Fremden in den Medien.** - 2010. - 110 S., zahlr. Fotos, A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2209-7
ISBN (print) 978-3-7983-2208-0 Preis EUR 8,90
- 12: Schweiger, Nora: Radio Paradiso. Private Servicewelle oder christlicher Hörfunk?.** - 2010. - 136 S., A 5. -
ISBN (online) 978-3-7983-2223-3
- 13: Iwaniec, Mario: Die Betrachtung der Risiken der Kernenergie in ausgewählten deutschen Printmedien.** - . - 2010. - 185 S., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2284-4
ISBN (print) 978-3-7983-2283-7 Preis EUR 13,90
- 14: Kharitonova-Akhvlediani, Anastasia: Russischsprachige Printmedien und Integration.** - . - 2011. - 154 S., zahlr. Abb., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2307-0
ISBN (print) 978-3-7983-2306-3 Preis EUR 11,90
- 15: Ben Bouzid, Atef: Demokratisierung der arabischen Welt mit Hilfe der neuen Medien. Zwölf Expertengespräche.** - 2011. - 202 S., A 5. -
ISBN (online) 978-3-7983-2300-1
- 16: Ben Bouzid, Atef: Informationsrevolution und Demokratisierung in der arabischen Welt?.** - . - 2011. - 75 S., A 5. -
ISBN (online) 978-3-7983-2301-8
- 17: Bahrke, Jeannine: Über den öffentlichen Umgang mit privaten Daten am Beispiel Facebook.** - . - 2011. - 96 S., A 5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2328-5
ISBN (print) 978-3-7983-2327-8 - vergriffen -
- 18: Buchfelder, Angela: Pressefreiheit in Kroatien.** - . - 2012. - 115 S., A5. -
ISBN (online) 978-3-7983-2428-2
- 19: Sumi, Yukiko: Schlachtfeld "Japanische Zeitung" - Fleischfresserinnen vs. Alte Knacker.** - . - 2012. - 132 S., A5. - Br
ISBN (online) 978-3-7983-2467-1
ISBN (print) 978-3-7983-2466-4 Preis EUR 9,90
-

Nicht aufgeführte Bd.-Nrn. sind vergriffen. Bei Abnahme mehrerer Exemplare eines Titels wird Preisnachlaß gewährt; Näheres auf Anfrage. Die Preise sind unverbindlich und gelten für den Barverkauf. Bei Bestellungen wird zusätzlich eine Versandpauschale erhoben: für das 1. Exemplar 2,00 Euro; für jedes weitere Exemplar 0,50 Euro.

Vertrieb/ Universitätsverlag der TU Berlin

Publisher Universitätsbibliothek

Fasanenstr. 88 (im VOLKSWAGEN-Haus), D-10623 Berlin.

Tel.: (030) 314-76131, Fax.: (030) 314-76133

E-Mail: publikationen@ub.tu-berlin.de

<http://www.univerlag.tu-berlin.de>